

SIGMA Series 3

Laporan Tahunan dan Laporan Keberlanjutan sebagai Bukti Pencapaian dan Perkembangan Perusahaan

November 2025

KMMB Consulting is a consulting company that focuses on providing comprehensive management services to help companies to achieve their business goals.

Since its inception, KMMB has successfully attracted many clients by offering a variety of services that are essential for company development and management.

©2025 KMMB Consulting

Strategic Investment Governance and Management Analysis

Laporan Tahunan dan Laporan Keberlanjutan sebagai Bukti Pencapaian dan Perkembangan Perusahaan

“Melalui laporan terintegrasi yang menautkan strategi, manajemen risiko, kinerja finansial, dan komitmen ESG, BCA menegaskan diri sebagai juara umum dan role model transparansi, tata kelola, dan keberlanjutan di panggung *Annual Report Award (ARA)* [1]”



Sorotan Sigma

Laporan Tahunan (*Annual Report*) dan Laporan Keberlanjutan (*Sustainability Report*) merupakan dua instrumen utama yang mencerminkan kinerja, tata kelola, serta komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan. Kedua dokumen ini tidak hanya menjadi standar transparansi, tetapi juga menjadi indikator kualitas tata kelola yang dinilai dalam ajang *Annual Report Award (ARA)*, sebuah penghargaan nasional bergengsi yang menilai kualitas pelaporan, integrasi keberlanjutan, serta penerapan *Good Corporate Governance (GCG)*¹ perusahaan.

Namun, dalam penyusunan laporan, perusahaan menghadapi berbagai tantangan seperti menjaga konsistensi komunikasi lintas pemangku kepentingan, kecenderungan penyusunan laporan yang hanya berorientasi pada kepatuhan formalitas, serta minimnya strategi bisnis yang terintegrasi dalam narasi laporan. Selain itu, muncul risiko *greenwashing* atau *overclaim* ketika perusahaan mengklaim pencapaian tanpa dukungan data yang valid, yang dapat mengikis kepercayaan publik. Tantangan lainnya adalah perubahan regulasi dan standar pelaporan global seperti ISSB, IFRS S1/S2, GRI Standards, serta Taksonomi Hijau Nasional² yang menuntut kemampuan adaptasi dan kesiapan organisasi untuk terus mengikuti perkembangan standar transparansi dan keberlanjutan internasional.

Untuk menjawab tantangan tersebut, perusahaan perlu menerapkan strategi penyusunan laporan yang efektif. Pendekatan ini mencakup empat aspek utama, yaitu merumuskan pesan utama yang kredibel dan konsisten berbasis data dan visi perusahaan; menyelaraskan laporan dengan identitas dan strategi korporat agar mencerminkan karakter dan arah bisnis; membangun kerangka narasi strategis (*Why, How, What, What's Next*) yang menjelaskan konteks, strategi, capaian, dan arah masa depan; serta mengoptimalkan strategi komunikasi di era digital dengan menghadirkan laporan interaktif, transparan, dan mudah diakses. Strategi ini akan membantu laporan tidak hanya menjadi dokumen administratif, tetapi juga alat komunikasi yang memperkuat reputasi dan kepercayaan publik.



¹**Good Corporate Governance (GCG):** sistem dan prinsip tata kelola perusahaan yang memastikan pengelolaan dilakukan secara transparan, akuntabel, bertanggung jawab, independen, dan adil.

²**Taksonomi Hijau:** klasifikasi yang digunakan untuk menentukan apakah suatu kegiatan ekonomi dapat dikategorikan sebagai ramah lingkungan (*green*) atau mendukung pembangunan berkelanjutan.

Mengenal lebih jauh tentang Laporan Tahunan (*Annual Report*) dan Laporan Keberlanjutan (*Sustainability Report*)

Laporan Tahunan (*Annual Report*) dan Laporan Keberlanjutan (*Sustainability Report*) merupakan dua komponen penting bagi suatu perusahaan untuk menunjukkan kesuksesan kinerja dan komitmennya terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan. Laporan tahunan merupakan dokumen penting yang mencerminkan kinerja, tata kelola, dan pencapaian perusahaan selama satu tahun. Penyusunan laporan tahunan tidak hanya menjadi alat komunikasi kepada pemangku kepentingan, tetapi juga kewajiban yang diatur oleh berbagai regulasi di Indonesia [2]. Sedangkan laporan keberlanjutan adalah dokumen yang disusun oleh perusahaan untuk menginformasikan kepada pemangku kepentingan mengenai kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan tersebut. Laporan ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana perusahaan mengelola dampak dari aktivitas operasionalnya terhadap masyarakat dan lingkungan, serta upaya yang dilakukan untuk mencapai tujuan keberlanjutan jangka panjang [3]. Kedua dokumen ini tidak hanya menjadi standar transparansi, tetapi juga menjadi indikator kualitas tata kelola yang dinilai dalam ajang *Annual Report Award* (ARA), sebuah penghargaan nasional bergengsi yang menilai kualitas pelaporan, integrasi keberlanjutan, serta penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) perusahaan.

Laporan tahunan dan keberlanjutan adakalanya dilaporkan dalam satu dokumen atau menjadi dokumen terpisah tergantung pada strategi pelaporan perusahaan, regulasi yang berlaku, serta ekspektasi *stakeholder*. Laporan tahunan dan laporan keberlanjutan dapat disajikan dalam dua pendekatan utama.

Laporan terpadu (*Integrated Report*)

Annual Report (AR) dan *Sustainability Report* (SR) digabung menjadi satu dokumen yang menampilkan keterkaitan antara kinerja keuangan dan keberlanjutan. Model ini menunjukkan strategi perusahaan secara holistik, meningkatkan efisiensi publikasi, serta memperkuat transparansi dalam pengungkapan aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG). Namun, penyusunan laporan terpadu memerlukan kemampuan yang tinggi dalam mengintegrasikan data keuangan dan non-keuangan secara konsisten dan kredibel[4].

Laporan terpisah (*Standalone Report*)

Laporan terpisah (*Standalone Report*), pendekatan ini menempatkan *Annual Report* (AR) dan *Sustainability Report* (SR) sebagai dua dokumen berbeda, yang biasanya diterbitkan pada waktu yang tidak selalu bersamaan. Model ini memungkinkan fokus yang lebih mendalam pada masing-masing aspek laporan tahunan pada kinerja keuangan dan tata kelola, serta laporan keberlanjutan pada kinerja ESG. Keunggulan laporan terpisah terletak pada kedalaman informasi dan kemudahan akses bagi pemangku kepentingan. Pendekatan ini membuka peluang untuk lebih mengintegrasikan keterkaitan strategis antara kinerja finansial dan keberlanjutan perusahaan secara menyeluruh [4].

Laporan tahunan sifatnya wajib bagi perusahaan terutama bagi lembaga keuangan, emiten, dan perusahaan publik atau terbuka (Tbk) yang mana sudah di atur dalam POJK.04/2016. Sedangkan untuk kewajiban pelaporan keberlanjutan sifatnya masih baru dijalankan, terutama saat disahkannya POJK 51/2017. Namun saat ini sudah mulai ada pergeseran dari pelaporan sukarela (*voluntary*) ke regulasi yang makin ketat. Lembaga seperti International Sustainability Standards Board (ISSB) telah menerbitkan standar global untuk pengungkapan keberlanjutan seperti IFRS S1 yang mencakup semua risiko dan peluang terkait keberlanjutan. Selain itu juga ada IFRS S2 yang memberikan persyaratan yang lebih rinci tentang risiko dan peluang terkait iklim[5].



Tantangan dalam Meningkatkan dan Mempertahankan Kepercayaan Publik

Salah satu tujuan Laporan Tahunan (*Annual Report*) dan Laporan Keberlanjutan (*Sustainability Report*) adalah untuk mendapatkan kepercayaan publik guna menarik minat investor baru dan mempertahankan investor lama melalui penyampaian informasi yang transparan, kredibel, dan relevan tentang kinerja perusahaan secara menyeluruh. Tanpa strategi komunikasi yang tepat, laporan dapat kehilangan fungsinya sebagai alat membangun kepercayaan dan citra positif di mata publik maupun pemangku kepentingan. Oleh karena itu terdapat beberapa tantangan dalam menyusun Laporan Tahunan (*Annual Report*) dan Laporan Keberlanjutan (*Sustainability Report*), antara lain:

01

Kesulitan Menjaga Komunikasi yang Efektif dan Konsisten dengan Stakeholder

Komunikasi yang efektif dan konsisten merupakan elemen kunci dalam menjaga kepercayaan publik dan kredibilitas perusahaan melalui laporan tahunan dan keberlanjutan. Namun, perusahaan sering menghadapi tantangan dalam menyelaraskan pesan yang akan disampaikan pada unit eksternal. Hal itu bisa disebabkan oleh kurangnya koordinasi lintas departemen, perubahan strategi bisnis yang cepat, serta tidak adanya panduan komunikasi terpadu yang dapat menyebabkan inkonsistensi narasi. Akibatnya, pesan strategis yang ingin dibangun tidak tersampaikan secara utuh kepada publik. Tanpa narasi yang relevan dan konsisten, reputasi perusahaan dapat terfragmentasi di mata pemangku kepentingan. Oleh karena itu perusahaan harus memastikan apa yang diinginkan oleh *stakeholder*. Hal itu bisa dipetakan dalam diagram venn untuk membedakan apa yang diinginkan oleh pihak internal perusahaan dan pihak eksternal perusahaan sebagai berikut.

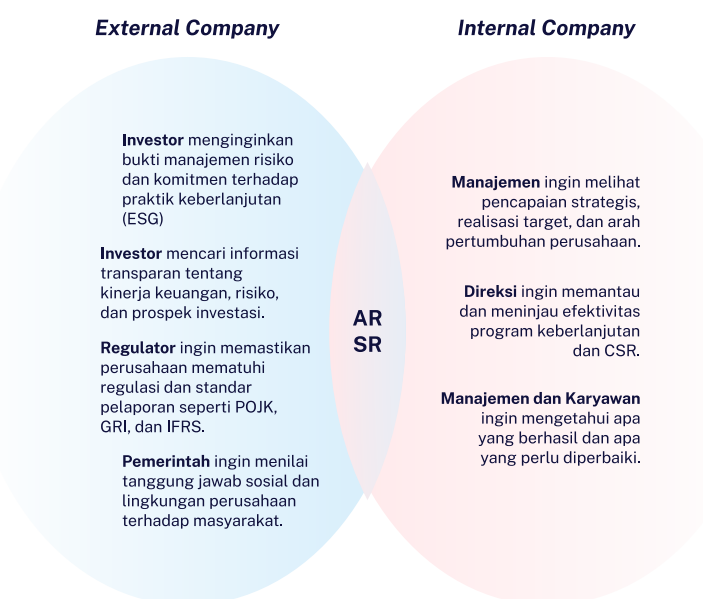


Diagram tersebut menggambarkan bahwa laporan tahunan dan laporan keberlanjutan berfungsi sebagai jembatan antara kepentingan pihak eksternal dan internal perusahaan. Bagi pihak eksternal seperti investor, laporan menjadi sumber informasi transparan tentang kinerja keuangan, risiko, dan komitmen terhadap praktik keberlanjutan atau ESG. Sedangkan bagi regulator dan pemerintah, laporan digunakan untuk memastikan kepatuhan terhadap standar pelaporan seperti POJK, GRI, dan IFRS serta menilai tanggung jawab sosial perusahaan. Sementara bagi pihak internal, seperti manajemen, direksi, dan karyawan, laporan menjadi alat evaluasi kinerja, efektivitas program keberlanjutan, serta dasar untuk perbaikan strategi dan operasional perusahaan. Secara keseluruhan, laporan ini berperan penting dalam membangun transparansi, kepercayaan, dan reputasi perusahaan di mata seluruh pemangku kepentingan.

02

Laporan yang Disusun Sekadar Memenuhi Kewajiban Formalitas

Perusahaan masih banyak yang memandang laporan tahunan dan keberlanjutan sebatas kewajiban administratif atau pemenuhan regulasi saja. Akibatnya, laporan hanya disusun apa adanya atau *compliance driven*¹ yang berarti berorientasi pada kepatuhan semata. Sehingga laporannya menjadi tidak berkualitas dan tidak mengedepankan nilai strategis sebagai alat komunikasi yang relevan. *Stakeholder* kini menuntut akuntabilitas dan substansi dari sebuah laporan, bukan sekadar data kuantitatif atau narasi normatif saja. Laporan yang minim analisis dan tidak menampilkan keterkaitan antara strategi, kinerja, serta dampak sosial dan lingkungan akan kehilangan kredibilitas dan daya tarik di mata *stakeholder*. Sehingga laporan yang publikasi gagal menunjukkan arah pertumbuhan jangka panjang perusahaan.

¹**Compliance driven:** pendekatan yang didorong oleh kebutuhan untuk mematuhi regulasi agar terhindar dari sanksi, risiko hukum, atau penalti.

Pelaporan yang kuat seharusnya berakar pada strategi perusahaan yang jelas. Ketika perusahaan tidak memiliki *roadmap* yang terarah dan berkelanjutan, maka laporan cenderung bersifat reaktif saja, tidak mencerminkan visi jangka panjang dan keberlanjutan. Tanpa strategi yang matang dan solid, perusahaan kesulitan menunjukkan bagaimana setiap inisiatif strategi dan pencapaian perusahaan dapat mendukung tujuan bisnis dan keberlanjutan. Hal ini akan berimbas pada kemampuan perusahaan untuk menarik investor baru dan memperluas peluang kemitraan strategis.



Greenwashing dan *overclaim* sering kali dilakukan perusahaan untuk memperkuat citra positif dalam menarik minat *stakeholder*. Praktik *greenwashing* dilakukan perusahaan dengan menonjolkan klaim keberlanjutan tanpa dukungan bukti yang memadai. Praktik ini sangat berisiko menurunkan kepercayaan publik ketika ketidaksesuaian antara klaim dan kenyataan yang diungkap. Selanjutnya *overclaim* atau pernyataan berlebihan tanpa verifikasi yang valid dapat menimbulkan skeptisisme dari media, regulator, maupun masyarakat. Kepercayaan yang telah dibangun bertahun-tahun dapat runtuh dan pudar akibat satu narasi yang terbukti tidak kredibel. Oleh karena itu, perusahaan perlu memastikan bahwa setiap pesan harus berbasis pada data, bukti, dan audit independen.



Dinamika regulasi dan perkembangan standar pelaporan internasional, seperti International Sustainability Standards Board (ISSB), International Financial Reporting Standards (IFRS) S1 dan S2, GRI Standards, dan Taksonomi Hijau Nasional, menuntut perusahaan untuk terus beradaptasi. Perubahan regulasi ini tidak hanya menambah kompleksitas teknis dalam penyusunan laporan, tetapi juga memerlukan pemahaman mendalam dan kesiapan organisasi untuk mengintegrasikan aspek keberlanjutan ke dalam sistem bisnis. Perusahaan yang lambat beradaptasi akan semakin tertinggal dalam memenuhi ekspektasi regulator dan investor. Selain itu, perusahaan akan kesulitan dalam memenuhi tuntutan pasar global dalam hal transparansi dan kesetaraan informasi.



Dalam menghadapi tuntutan transparansi dan ekspektasi tinggi dari investor serta publik, perusahaan membutuhkan strategi komunikasi laporan yang tidak hanya informatif, tetapi juga kredibel dan berdampak. Berikut strategi yang bisa digunakan perusahaan dalam penyusunan laporan tahunan dan laporan keberlanjutan.

Merumuskan Pesan Utama yang Kredibel dan Konsisten



Dalam penyusunan *Annual Report* dan *Sustainability Report*, pesan utama berperan penting sebagai benang merah yang menghubungkan strategi bisnis, kinerja keuangan, serta komitmen keberlanjutan perusahaan. Pesan ini harus dirancang secara kredibel dengan berbasis pada data dan fakta yang dapat diverifikasi agar mampu membangun kepercayaan publik dan memperkuat reputasi perusahaan. Setiap klaim kinerja perlu ditopang oleh bukti yang jelas, seperti capaian KPI, hasil audit, atau data ESG terukur, sehingga menghindarkan perusahaan dari risiko *overclaim* atau kesan *greenwashing*. Selain itu, pesan utama harus selaras dengan visi, misi, serta nilai korporat, mencerminkan arah jangka panjang dan keunikan strategi perusahaan dalam menghadapi tantangan pasar. Konsistensi pesan di seluruh kanal komunikasi baik di laporan tahunan atau laporan keberlanjutan, karena bisa menjadi faktor penting untuk menjaga kredibilitas dan kohesi identitas merek perusahaan. Dengan merumuskan pesan yang terukur dan relevan, laporan perusahaan tidak hanya menjadi dokumen formal, tetapi juga sarana strategis untuk menunjukkan nilai, dampak, dan arah keberlanjutan yang nyata bagi *stakeholder*.

Menyelaraskan Laporan dengan Identitas dan Strategi Korporat



Laporan tahunan dan laporan keberlanjutan tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai representasi identitas dan karakter perusahaan. Setiap elemen dalam laporan mulai dari gaya penulisan, visual, hingga *tone* komunikasi, harus selaras dengan *corporate branding*¹ dan strategi bisnis jangka panjang. Penyelarasan ini memastikan bahwa laporan menjadi bagian integral dari narasi reputasi perusahaan, bukan sekadar laporan administratif atau hanya pemenuhan regulasi semata. Identitas visual seperti warna, tipografi, dan tata letak perlu mencerminkan citra profesional dan nilai merek perusahaan. Selain itu, penyusunan konten harus mencerminkan strategi dan arah bisnis, termasuk pilar pertumbuhan, transformasi digital, maupun agenda keberlanjutan. Bahasa dan istilah yang digunakan dalam laporan harus konsisten dengan komunikasi eksternal lainnya seperti laporan keuangan, situs web, atau kampanye publik. Hal itu untuk menjaga keseragaman pesan dan kredibilitas di mata *stakeholder*. Dengan laporan yang terintegrasi dengan identitas korporat, perusahaan mampu menunjukkan keselarasan antara visi, kinerja, dan budaya organisasi, serta memperkuat persepsi sebagai institusi yang solid dan transparan.



Laporan tahunan dan laporan keberlanjutan penting sebagai bukti kinerja dan transparansi perusahaan. Penyusunan yang kredibel, strategis, dan bebas *greenwashing* memperkuat kepercayaan publik serta mendukung daya saing dan reputasi jangka panjang.

Cindy Paulina
KMMB Consultant

¹**Corporate branding:** strategi membangun identitas, citra, dan reputasi perusahaan secara keseluruhan, bukan hanya produk atau layanannya.

Membangun Kerangka Narasi Strategis (Strategic Narrative Framework)



Kerangka narasi strategis berfungsi sebagai struktur utama yang mengarahkan alur cerita laporan agar mudah dipahami, menarik, dan bermakna. Narasi yang baik tidak hanya menyajikan data, tetapi juga menjelaskan konteks, alasan di balik pencapaian, serta arah ke depan perusahaan. Laporan yang efektif umumnya mengikuti pola sebagai berikut.

Why

Menjelaskan konteks, tantangan industri, serta visi perusahaan dalam menjawab kebutuhan pasar.

How

Menggambarkan strategi dan langkah konkret yang diambil perusahaan untuk mencapai visi tersebut.

What

Menampilkan hasil dan capaian yang telah diperoleh, baik secara finansial, operasional, maupun keberlanjutan.

What Next

Menyajikan arah strategis dan komitmen masa depan, termasuk inovasi, peluang baru, serta inisiatif perbaikan berkelanjutan.

Narasi seperti ini membantu pembaca untuk memahami hubungan sebab-akibat antara strategi, kinerja, dan dampak sosial-lingkungan. Selain itu, strategi naratif juga memperkuat daya tarik emosional laporan melalui kisah keberhasilan, testimoni pemangku kepentingan, dan studi kasus berdampak nyata. Dengan demikian, laporan menjadi bukan hanya kumpulan angka, tetapi cerita tentang perjalanan dan nilai perusahaan yang memberi inspirasi dan menumbuhkan kepercayaan publik.



Mengoptimalkan Strategi Komunikasi di Era Keterbukaan Informasi

Di tengah era digital dan keterbukaan informasi, publik menuntut perusahaan untuk lebih transparan, mudah diakses, dan responsif terhadap berbagai isu yang muncul. Karena itu, strategi komunikasi laporan harus dirancang agar informatif, interaktif, dan adaptif terhadap berbagai kanal media. Saat ini, laporan tidak cukup hanya disajikan dalam bentuk dokumen cetak; perusahaan perlu menghadirkan versi digital interaktif yang ramah pengguna dan dapat diakses melalui berbagai perangkat. Penggunaan elemen multimedia seperti infografis, video singkat, dan data *visualization* akan meningkatkan pemahaman pembaca dan memperluas jangkauan audiens. Selain format, aspek transparansi dan keterbukaan data juga menjadi indikator penting kredibilitas. Laporan harus menampilkan data yang akurat, dapat diverifikasi, dan disampaikan secara seimbang. Dengan strategi komunikasi yang terbuka, terukur, dan berbasis data, perusahaan tidak hanya memperkuat reputasi, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang yang berbasis kepercayaan dengan investor, pelanggan, dan masyarakat.

PT Bank Central Asia Tbk (BCA) meraih juara umum ARA 2024 dengan menekankan *integrated mindset* dalam penyajian laporan yang tidak hanya patuh regulasi, tetapi juga kuat dalam narasi strategi, manajemen risiko, dan kesinambungan bisnis jangka panjang. Laporan BCA dinilai unggul karena secara jelas menghubungkan analisis kinerja finansial dengan komitmen ESG yang terukur, disajikan dalam format yang informatif, terstruktur, dan mudah dipahami pemangku kepentingan [1].



Bagaimana KMMB Consulting Dapat Membantu Menyusun Laporan Tahunan dan Keberlanjutan

Dalam mendukung laporan perusahaan yang transparan dan kredibel, KMMB Consulting hadir sebagai mitra strategis yang komprehensif. KMMB Consulting memastikan perusahaan klien siap memenuhi regulasi serta meningkatkan daya tarik investor di pasar modal. Beberapa layanan yang bisa KMMB Consulting berikan sebagai berikut:

- KMMB Consulting membantu menyusun *roadmap* dan *timeline* pelaporan agar proses berjalan efisien dan sesuai tenggat regulator.
- KMMB Consulting membantu menentukan tema strategis laporan dan mengidentifikasi isu material dan prioritas komunikasi yang relevan dengan visi, misi, dan strategi perusahaan.
- KMMB Consulting membantu menyusun laporan tahunan sesuai dengan Peraturan SEOJK Nomor 16/SEOJK/2021 dan sesuai format penilaian Annual Report Award (ARA)
- KMMB Consulting membantu menyusun laporan keberlanjutan sesuai dengan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 51/POJK.03/2017 dan SEOJK Nomor 16/SEOJK.04/2021, serta mengikuti standar GRI Standards 2021 dan International Financial Reporting Standards (IFRS) S1 dan S2.
- KMMB Consulting membantu menyusun laporan yang dikemas atraktif dengan infografis, tabel, ilustrasi, dan *interactive report*, sehingga tidak hanya informatif tetapi juga menarik dan meningkatkan *engagement* pembaca.
- KMMB Consulting membantu menyusun laporan dengan *strategic storytelling* dengan menghadirkan narasi kinerja, strategi bisnis, dan dampak keberlanjutan (ESG) yang memperkuat citra perusahaan serta efektif digunakan untuk komunikasi eksternal dengan investor, media, dan publik.



Referensi

- [1]. PT BCA Sekuritas (2025). *Penganugerahan ARA 2024: Transparansi dan Governans Jadi Pilar Menuju Masa Depan Berkelanjutan*. Diakses dari <https://bcasekuritas.co.id/latest-news/news/penganugerahan-ara-2024-transparansi-dan-governans-jadi-pilar-menuju-masa-depan-berkelanjutan>
- [2]. KMMB Consulting (2024). *Jasa Konsultan Penyusunan Laporan Tahunan (Annual Report)*. Diakses dari <https://kmmb.co.id/jasa/konsultan-penyusunan-laporan-tahunan/>
- [3]. KMMB Consulting (2024). *Jasa Konsultan Penyusunan Laporan Keberlanjutan (Sustainability Report)*. Diakses dari <https://kmmb.co.id/jasa/konsultan-penyusunan-laporan-keberlanjutan/>
- [4]. Permatasari, Ika & Narsa, I. Made. (2022). "Sustainability reporting or integrated reporting: Which one is valuable for investors?" *Journal of Accounting & Organizational Change*, vol. 18, no. 5, pp. 666-684. doi:10.1108/JAOC-12-2020-0204.
- [5]. CFA Institute (2025). *Sustainability reporting: Global trends and implications for investment analysis*. Diakses dari https://www.cfainstitute.org/sites/default/files/docs/insights/events/20250528_sustainability-reporting-global-trends-and-implications-for-investment-analysis.pdf

Contact Us

Corporate Office:

Menara Tendean Lt 11.31 Jl. Kapten Tendean No. 20C
Jakarta Selatan 12710

Innovation Hub

KMMB Research Center Jl. Penjaringan Timur III Pb32
Kota Surabaya 60297



Office : +62 213-8250-407
Mobile : +62 811-3547-717



Corporate Mail : info@kmmb.co.id
Commercial Inquiry : komersial@kmmb.co.id

Connect with us :



KMMB Consulting



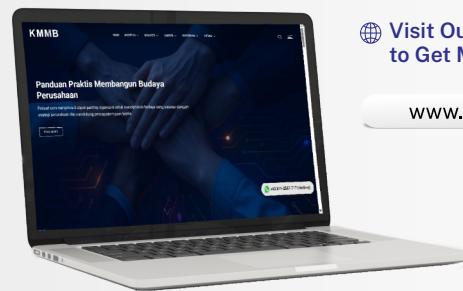
KMMB Consulting



@kmmb_consulting



@kmmb_consulting



Visit Our Website
to Get More Information !

www.kmmb.co.id

