

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1. Teori *Stakeholder***

Teori *stakeholder* atau teori pemangku kepentingan dipopulerkan oleh Edward Freeman pada 1984. Pada dasarnya, teori *stakeholder* menekankan bahwa perusahaan harus bermanfaat bagi pihak – pihak yang berkepentingan dengannya lebih dari kepentingannya sendiri (Bayu Aji S, 2022). Dasar dari pemangku kepentingan adalah semakin kuat hubungan perusahaan dengan pemangku kepentingan, maka semakin baik pula bisnis perusahaan berjalan. Sebaliknya, semakin buruk hubungan perusahaan dengan pemangku kepentingan maka akan semakin sulit bisnis itu berjalan (Damayanty et al., 2020).

Teori *stakeholder* adalah sebuah konsep manajemen strategis yang memiliki tujuan untuk memperkuat hubungan antara perusahaan dengan pihak eksternal seperti pemegang saham, konsumen, pemerintah, hingga masyarakat yang ada di sekitar perusahaan. Hubungan yang erat antara perusahaan dengan pihak eksternal berlandaskan pada kepercayaan, kerja sama dan rasa hormat ke seluruh pihak (Damayanty et al., 2020).

Dukungan dari pemangku kepentingan berdampak besar bagi perusahaan dalam mengelola perusahaan serta kelangsungan hidup perusahaan. Salah satu strategi yang dapat digunakan sebagai upaya dalam menjaga hubungan yang baik dengan pemangku kepentingan yaitu dengan mengungkapkan laporan keberlanjutan atau *sustainability report*. Pengungkapan *sustainability report*

diartikan sebagai dikabulkannya keinginan para pemangku kepentingan untuk mencapai bisnis yang berkelanjutan di masa depan (Purnama & Handayani, 2021).

Teori *stakeholder* menekankan perusahaan memiliki tanggung jawab untuk memenuhi harapan para pemangku kepentingan termasuk pegawai, pelanggan, masyarakat, dan pemegang saham. Para pemangku kepentingan membutuhkan informasi yang berkaitan dengan aktivitas perusahaan untuk digunakan sebagai pertimbangan pengambilan keputusan karena pertumbuhan dan perkembangan perusahaan bergantung pada keputusan pemegang kepentingan (Damayanty et al., n.d.). Pada perusahaan yang memiliki *slack resource*, investasi terhadap isu sosial dan lingkungan dapat dilakukan sebagai bentuk komitmen dan strategi manajemen jangka panjang yang akan memenuhi harapan para pemangku kepentingan (Kusumawati, 2019). Kultur perusahaan yang menunjukkan kinerja dengan komitmen dukungan terhadap keberlanjutan akan mendapatkan dukungan dari para pemangku kepentingan yang memiliki komitmen yang sejalan dengan nilai – nilai tanggung jawab sosial (Donaldson & Preston., 1995). Maka dari hal – hal yang disebutkan diatas, harapan dan ekspektasi pemangku kepentingan dapat terwujud serta mampu mempererat hubungan antara manajemen perusahaan dengan seluruh pihak yang berkepentingan.

## 2.2. Teori Legitimasi

Teori legitimasi pertama kali diperkenalkan oleh Dowling & Pfeffer (1975), teori ini menyatakan bahwa sebuah perusahaan memiliki hubungan sosial dengan masyarakat dan lingkungan dimana ia bekerja. Perusahaan diharuskan untuk mematuhi nilai, norma, dan batasan masyarakat melalui penerapan struktur dan kegiatan operasional yang efektif. Kemampuan perusahaan untuk memenuhi harapan masyarakat juga menentukan ketahanan perusahaan (Sugiarti, 2020).

Menurut teori legitimasi, perusahaan dan masyarakat saling memengaruhi sebagai bagian dari sistem sosial yang lebih besar (Önder & Baimurzin, 2020). Perusahaan akan selalu mempertimbangkan legitimasi perusahaannya dan berusaha untuk mempertahankannya. Untuk mendapatkan legitimasi, perusahaan harus memahami bagaimana perusahaan dapat memperoleh, mempertahankan, dan kehilangan legitimasi tersebut dan membuat strategi yang tepat untuk memperolehnya (Wagiswari & Badera, 2021).

Teori legitimasi memiliki fokus tentang bagaimana perusahaan menjamin bahwa kegiatan operasionalnya berjalan sesuai dengan norma yang ada dalam masyarakat. Salah satu cara untuk memperoleh legitimasi dari masyarakat dapat dilakukan dengan melaksanakan pengungkapan laporan keberlanjutan atau *sustainability report* yang mana dalam laporan tersebut dimuat informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan dan sosial. Apabila suatu perusahaan atau organisasi telah memberikan kontribusi terhadap lingkungan sosial, maka akan lebih mudah dalam proses memperoleh

izin atas keberadaan perusahaan serta aktivitas perusahaan yang akan dilakukan. (Damayanty et al., 2022).

Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan memiliki keterlibatan dalam suatu sistem sosial. Ketika sebuah perusahaan memperoleh legitimasi dari masyarakat, maka keberadaan dan aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan akan lebih mudah mendapatkan perizinan. Dalam hal ini, legitimasi masyarakat adalah salah satu faktor penting untuk mengembangkan perusahaan (Damayanty et al., n.d.). Adanya *slack resource* memungkinkan perusahaan untuk melakukan inisiatif mendukung isu berkelanjutan. Dengan inisiatif dan kepedulian tersebut, perusahaan dapat menjaga legitimasi di mata publik dan masyarakat (Richardson & Welker., 2001). Perusahaan memiliki tanggung jawab untuk mempertahankan legitimasi dari pihak yang bekepentingan. Diterapkannya kultur perusahaan yang berkomitmen menunjukkan kepedulian terhadap sosial dan lingkungan dapat menunjukkan bahwa perusahaan telah dijalankan sesuai dengan norma dan etika yang berlaku dalam masyarakat.

### **2.3. Sustainability Report**

#### **2.3.1. Definisi Sustainability Report**

Laporan *sustainability report* pada dasarnya merupakan sebuah bentuk laporan yang diterbitkan atas kesukarelaan perusahaan sebagai media untuk menyampaikan informasi mengenai tanggung jawab perusahaan terhadap dampak yang ditimbulkan pada aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Damayanty et al., 2022).

*Sustainability report* merupakan laporan yang tidak hanya memuat informasi mengenai kinerja keuangan, namun juga menyampaikan informasi kinerja non-keuangan yang berkaitan dengan aktivitas sosial dan lingkungan dari sebuah organisasi (Yohana & Suhendah., 2023).

Laporan *sustainability report* di Indonesia telah diatur oleh lembaga Otoritas Jasa Keuangan (OJK), yaitu POJK Nomor 51 Tahun 2017 yang mewajibkan perusahaan publik atau emiten tercatat untuk membuat atau menyajikan *sustainability report*. Istilah “laporan keberlanjutan” umumnya digunakan untuk menggambarkan laporan yang memiliki dampak ekonomi, lingkungan, atau sosial. Istilah – istilah seperti *corporate social responsibility* (CSR) dan konsep *triple bottom line* (TBL) merupakan contoh dari ruang lingkup atau informasi yang dimuat dalam *sustainability report* (Purnama & Handayani, 2021).

### **2.3.2. Pengungkapan Sustainability Report**

Menurut Fuadah., *et al.*, (2018) dalam buku Pengungkapan *Sustainability Reporting* di Indonesia menyebutkan bahwa pelaporan keberlanjutan bagi perusahaan memiliki definisi sebagai proses menetapkan tujuan, mengukur kemampuan dan mengelola perusahaan menuju ekonomi global yang berkelanjutan.

GRI Standar merupakan pedoman dalam menyusun *sustainability report* yang mencakup aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial. Pedoman

atau standar ini mengatur tentang keberlanjutan perusahaan dan implementasi terkait keberlanjutan (Daromes et al., 2023).

*Global Reporting Initiative* (GRI) menerbitkan panduan untuk menyusun *sustainability report* sejak tahun 1997 yang diberi nama dan kode GRI G1. Kemudian seiring berjalannya waktu, dilakukan beberapa revisi terhadap panduan yang telah diterbitkan sebelumnya. Revisi – revisi tersebut adalah GRI G2 yang diterbitkan tahun 2002, kemudian GRI G3 pada 2006, GRI G3.1 pada 2011, selanjutnya GRI G4 yang terbit pada 2013. Selanjutnya panduan pelaporan terbaru yaitu GRI Standar yang mulai diberlakukan pada 2018. Namun, GRI Standar sebenarnya tidak memiliki perubahan signifikan dengan versi panduan sebelumnya, yaitu GRI G4 karena kedua versi memiliki aspek pelaporan yang sama. Perbedaan nya terdapat pada pemilihan kata yang sebelumnya sulit untuk dimengerti menjadi kata yang dianggap lebih mudah dipahami (Daromes et al., 2023).

Menurut Peraturan POJK Nomor 51 Tahun 2017 mengenai pelaporan keberlanjutan, telah diatur pedoman untuk mengungkapkan laporan keberlanjutan yang berisi 66 indikator pelaporan yang diklasifikasikan ke dalam 4 (empat) kategori pengungkapan yaitu: kategori ekonomi, lingkungan, sosial, dan tata kelola dengan tabel pengukuran berikut:

Tabel 2.1

## Indikator Pelaporan Keberlanjutan Menurut POJK 51/2017

Aspek	Lingkungan	Tata Kelola	Ekonomi	Sosial	Total
Indikator	22	17	16	11	66
Persentase	33%	26%	24%	24%	100%

Sumber: Diolah oleh penulis

GRI telah memiliki standar atau pedoman tersendiri berdasarkan sektor perusahaan. Untuk sektor jasa keuangan, sektor keuangan, sektor pertambangan dan logam, hingga sektor penyelenggara acara, pada umumnya pedoman yang digunakan untuk menerbitkan laporan adalah standar GRI G4 (Wanta & Gunawan, 2021). Pengungkapan *sustainability report* pada GRI G4 menurut Buku Fuadah., *et al* (2018) terdiri dari kategori berikut :

a. Kategori Ekonomi

Informasi yang disampaikan pada kategori ini adalah aspek kinerja ekonomi, keberadaan di pasar, dampak ekonomi tidak langsung, dan praktik pengadaan.

b. Kategori Lingkungan

Informasi yang disampaikan pada kategori ini adalah aspek bahan, energi, air, keanekaragaman hayati, emisi, limbah, produk dan jasa, kepatuhan, transportasi, asesmen pemasok atas lingkungan, hingga mekanisme pengaduan masalah lingkungan.

c. Kategori Sosial

Informasi yang disampaikan pada kategori ini adalah kepegawaian, hubungan industrial, kesehatan dan keselamatan kerja, pelatihan dan pendidikan, keberagaman dan kesetaraan peluang, kesetaraan remunerasi perempuan dan laki – laki, asesmen pemasok atas praktik ketenagakerjaan, dan mekanisme pengaduan masalah ketenagakerjaan. Kategori sosial memiliki 3 cakupan, yaitu:

- Hak Asasi Manusia

Informasi yang disampaikan pada kategori ini adalah investasi, non-diskriminasi, kebebasan berserikat dan perjanjian kerjasama, pekerja anak, pekerja paksa atau wajib kerja, praktik pengamanan, hak adat, asesmen pemasok dan mekanisme pengaduan masalah hak asasi manusia.

- Masyarakat

Informasi yang disampaikan pada kategori ini adalah seberapa besar masyarakat lokal dilibatkan, penerapan anti-korupsi, asesmen pemasok atas dampak pada masyarakat.

- Kategori Tanggung Jawab Produk

Informasi yang disampaikan pada aspek ini mengenai aspek produk dari sebuah organisasi, hal ini meliputi kesehatan dan keselamatan pelanggan, komunikasi pemasaran, privasi pelanggan, dan kepatuhan.

Dalam penelitian ini, penulis akan menganalisis konten dari *sustainability report* menggunakan standar GRI G4 yang memiliki 91 item pengungkapan. Pengukuran pengungkapan *sustainability report* dilakukan dengan menghitung jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan kemudian dibagi dengan total item pengungkapan yang terdapat pada pedoman GRI G4, yaitu 91 item. Maka, pengungkapan *sustainability report* akan dihitung menggunakan persamaan berikut :

$$\text{P} = \frac{\text{Jumlah Item yang Diungkapkan}}{\text{Total Item Pengungkapan}} \times 100\%$$

#### 2.4. Aktivitas Perusahaan

Rasio aktivitas perusahaan adalah ukuran seberapa efektif suatu perusahaan mengelola sumber dananya. Rasio yang lebih tinggi menunjukkan bahwa perusahaan berhasil mengelola aktivitya. Hal ini menunjukkan bahwa ekonomi semakin stabil, kuat dan rendah risiko. Perusahaan mendapatkan dukungan dari *stakeholder* karena memiliki kondisi keuangan yang stabil dan kuat. Dengan demikian, perusahaan menggunakan dukungan *stakeholder* untuk mencapai ekonomi keberlanjutan dengan mengungkapkan laporan keberlanjutan. Di sisi lain , perusahaan dengan kondisi keuangan yang kurang stabil cenderung tidak menerbitkan laporan yang bersifat sukarela karena dukungan dari *stakeholder* (Apriliyani, 2022).

Aktivitas perusahaan yang berupa *inventory* memiliki hubungan dengan pemangku kepentingan yaitu konsumen karena *inventory* merupakan salah satu faktor yang menentukan kelancaran produksi. Dimana kegiatan produksi yang dilakukan oleh perusahaan dapat menimbulkan dampak negatif berupa limbah

sisanya produksi. Perputaran *inventory* atau *inventory turnover* yang tinggi dapat meningkatkan kecenderungan perusahaan untuk mengungkapkan laporan keberlanjutan dan mendapatkan citra perusahaan serta kepercayaan dari pihak yang berkepentingan (Damayanty et al., 2022).

Pada penelitian ini, pengukuran aktivitas perusahaan yang akan diteliti adalah *Total Asset Turnover*, dengan rumus berikut :

$$\text{TATO} : \frac{\text{Rata-rata Aktiva Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

## 2.5. Slack Resource

Menurut Cyert dan March (1963), *slack resource* merupakan sumber daya yang masih belum digunakan atau belum dialokasikan untuk tujuan tertentu. Bisa dikatakan sebagai sumber daya berlebih yang melampaui jumlah yang dibutuhkan perusahaan untuk mempertahankan perusahaan. Definisi *slack resource* menurut Bourgeois (1980) adalah kelebihan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan yang kemudian dapat dimanfaatkan untuk menghadapi kondisi yang tidak pasti dari tekanan lingkungan baik dari internal maupun eksternal.

Ada dua jenis *slack resource* yaitu *slack resource* yang dapat diserap dan *slack resource* yang tidak dapat diserap. *Slack resource* yang dapat diserap berkaitan dengan kegiatan operasional perusahaan yang tengah berlangsung dan tidak mudah dimanfaatkan untuk kegiatan yang lain, contohnya adalah persediaan dalam proses, persediaan barang jadi, dan mesin dengan fleksibilitas. Sedangkan *slack resource* yang tidak diserap berkaitan dengan sumber daya yang tidak dimanfaatkan untuk kegiatan tertentu dan dapat

dengan mudah dikelola serta dimanfaatkan oleh manajemen, contohnya adalah kas, setara kas, surat berharga, dan persediaan. *Slack resource* jenis ini lebih fleksibel dan mudah untuk dialokasikan serta memungkinkan perusahaan untuk melakukan perluasan kegiatan perusahaan salah satunya yaitu program berkelanjutan dengan mengungkapkan *sustainability report* (Onuoha & Nkwor, 2021).

Perusahaan yang memiliki sumber daya berlebih dapat memberikan kebebasan untuk menentukan tindakan dan keputusan (Sari et al., 2022). Dalam penelitian ini, *slack resource* akan diukur dengan menggunakan data kas dan setara kas yang ditransformasikan menjadi logaritma natural (Hanan & Setiawan, 2023).

$$\ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t}) = \alpha + \beta_1 \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-1}) + \beta_2 \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-2}) + \beta_3 \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-3}) + \beta_4 \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-4}) + \beta_5 \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-5}) + \beta_6 \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-6}) + \beta_7 \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-7}) + \beta_8 \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-8}) + \beta_9 \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-9}) + \beta_{10} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-10}) + \beta_{11} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-11}) + \beta_{12} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-12}) + \beta_{13} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-13}) + \beta_{14} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-14}) + \beta_{15} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-15}) + \beta_{16} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-16}) + \beta_{17} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-17}) + \beta_{18} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-18}) + \beta_{19} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-19}) + \beta_{20} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-20}) + \beta_{21} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-21}) + \beta_{22} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-22}) + \beta_{23} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-23}) + \beta_{24} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-24}) + \beta_{25} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-25}) + \beta_{26} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-26}) + \beta_{27} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-27}) + \beta_{28} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-28}) + \beta_{29} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-29}) + \beta_{30} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-30}) + \beta_{31} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-31}) + \beta_{32} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-32}) + \beta_{33} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-33}) + \beta_{34} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-34}) + \beta_{35} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-35}) + \beta_{36} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-36}) + \beta_{37} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-37}) + \beta_{38} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-38}) + \beta_{39} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-39}) + \beta_{40} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-40}) + \beta_{41} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-41}) + \beta_{42} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-42}) + \beta_{43} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-43}) + \beta_{44} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-44}) + \beta_{45} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-45}) + \beta_{46} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-46}) + \beta_{47} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-47}) + \beta_{48} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-48}) + \beta_{49} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-49}) + \beta_{50} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-50}) + \beta_{51} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-51}) + \beta_{52} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-52}) + \beta_{53} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-53}) + \beta_{54} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-54}) + \beta_{55} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-55}) + \beta_{56} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-56}) + \beta_{57} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-57}) + \beta_{58} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-58}) + \beta_{59} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-59}) + \beta_{60} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-60}) + \beta_{61} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-61}) + \beta_{62} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-62}) + \beta_{63} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-63}) + \beta_{64} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-64}) + \beta_{65} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-65}) + \beta_{66} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-66}) + \beta_{67} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-67}) + \beta_{68} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-68}) + \beta_{69} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-69}) + \beta_{70} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-70}) + \beta_{71} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-71}) + \beta_{72} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-72}) + \beta_{73} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-73}) + \beta_{74} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-74}) + \beta_{75} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-75}) + \beta_{76} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-76}) + \beta_{77} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-77}) + \beta_{78} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-78}) + \beta_{79} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-79}) + \beta_{80} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-80}) + \beta_{81} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-81}) + \beta_{82} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-82}) + \beta_{83} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-83}) + \beta_{84} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-84}) + \beta_{85} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-85}) + \beta_{86} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-86}) + \beta_{87} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-87}) + \beta_{88} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-88}) + \beta_{89} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-89}) + \beta_{90} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-90}) + \beta_{91} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-91}) + \beta_{92} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-92}) + \beta_{93} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-93}) + \beta_{94} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-94}) + \beta_{95} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-95}) + \beta_{96} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-96}) + \beta_{97} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-97}) + \beta_{98} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-98}) + \beta_{99} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-99}) + \beta_{100} \ln(\text{Kas dan Setara Kas}_{i,t-100}) + \epsilon_{i,t}$$

## 2.6. Kultur Perusahaan

Konsep tentang kultur perusahaan atau budaya organisasi memasuki literatur organisasi pertama kali disampaikan oleh Elliot Jaques pada 1951 melalui buku *The Evolving Culture of Factory*. Kultur perusahaan didefinisikan sebagai serangkaian asumsi, simbol, bahasa, keyakinan, dan rutinitas bersama yang tercermin dalam cara seseorang berperilaku. Kultur perusahaan secara intrinsik memiliki keterkaitan dengan semua aspek fungsi organisasi sehingga konsep ini terasa ambigu dan sulit untuk diukur (Aichouche et al., 2022).

*Competing Values Framework* (CVF) atau kerangka persaingan nilai adalah sebuah alat ukur yang dirancang oleh Cameron dan Quinn (1999)

sebagai solusi untuk menilai dan mengukur serta memberikan definisi yang jelas dan konsisten yang dapat membantu meneliti kultur organisasi dan dampak – dampaknya terhadap keberlangsungan perusahaan (Aichouche et al., 2022). CVF mengelompokkan kultur perusahaan menjadi 4 tipe dengan karakteristiknya masing – masing seperti berikut :

a. Budaya Clan

Budaya klan memiliki fokus pada kerja tim dan pengembangan pegawai serta menganggap pelanggan sebagai mitra. Budaya klan memiliki ciri sebagai lingkungan kerja yang manusiawi dengan tujuan mendapatkan loyalitas dari karyawan (Fanya et al., 2021). Budaya klan memprioritaskan benefit jangka panjang dari sumber daya manusia dalam sebuah organisasi (Zeb et al., 2021). Dalam hal ini, maka kompensasi karyawan berupa pembayaran gaji dan upah dibagikan biaya operasional dapat dijadikan sebagai indikator untuk mengukur budaya klan (Meftah Shwairef et al., 2021). Maka, budaya klan akan dihitung menggunakan persamaan berikut :

$$\frac{K \times P}{G + U} = \frac{K \times P}{G + U}$$

b. Budaya Adhokrasi

Budaya adhokrasi memiliki ciri tempat kerja yang fleksibel dan dinamis dengan memberikan kesempatan pada karyawan untuk mengambil resiko. Perusahaan yang memiliki budaya adhokrasi bersatu atas tujuan bersama untuk menjadi perusahaan yang inovatif,

mudah beradaptasi dan berani melakukan eksperimen (Fanya et al., 2021). Budaya adhokrasi berkaitan erat dengan dengan keberanian perusahaan untuk mengambil resiko demi mencapai target perusahaan (Noone et al., 2024). Dalam hal ini, pendapatan operasional yang berfluktuasi dapat mencerminkan bagaimana manajemen bertoleransi terhadap resiko yang ada (Meftah Shwairef et al., 2021). Maka, budaya adhokrasi akan dihitung menggunakan persamaan berikut :

$$h_{t-1} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (x_{it} - x_{i,t-1})$$

c. Budaya Hierarki

Budaya hierarki memiliki format organisasi yang formal dan terstruktur secara prosedural (Fanya et al., 2021). Kultur hierarki identik dengan kewenangan, standar, dan aturan yang jelas. Biaya transaksional perusahaan akan dikendalikan oleh struktur hierarki dalam mengatur penggunaan biaya (Atika & Simamora, 2024). Dalam hal ini, biaya transaksional yang dikeluarkan untuk mendapatkan laba bersih dapat mencerminkan budaya hierarki (Meftah Shwairef et al., 2021). Maka, budaya hierarki akan dihitung menggunakan persamaan berikut :

$$h = \frac{\sum_{i=1}^n x_{it}}{\sum_{i=1}^n x_{i,t-1}}$$

d. Budaya Market

Budaya market memiliki orientasi pada hasil dan tercapainya target perusahaan. Tujuan utama dari perusahaan yang memiliki budaya market adalah keunggulan kompetensi dan ambisi untuk menguasai pasar dan dievaluasi oleh pihak eksternal (Fanya et al., 2021). Dalam hal ini, kinerja yang dievaluasi adalah produktivitas dan profitabilitas (Meftah Shwairef et al., 2021). Maka, budaya hierarki akan dihitung menggunakan persamaan berikut :

$$\frac{\text{Rata-rata Produktivitas} \times \text{Rata-rata Profitabilitas}}{\text{Rata-rata Kompetensi}}$$

## 2.7. Media Exposure

Media *exposure* merupakan aktivitas mempublikasikan informasi mengenai perusahaan melalui *platform* dan media digital seperti media sosial atau website resmi yang dimiliki perusahaan (Mumu et al., 2023). Pemberitaan melalui media dapat memudahkan para pemangku kepentingan untuk mengetahui informasi terkait isu – isu yang diperhatikan oleh perusahaan, termasuk isu kepedulian terhadap lingkungan serta interaksi yang terjalin antara perusahaan dengan publik (Florencia & Handoko, 2021).

Perusahaan yang dengan konsisten melakukan publikasi informasi mengenai kepedulian terhadap lingkungan dan sosial akan meningkatkan citra positif perusahaan. Pemanfaatan media dapat menjadi sebuah sarana untuk mendapatkan kepercayaan dari pemangku kepentingan serta membangun citra perusahaan yang baik terhadap publik sehingga reputasi perusahaan tersebut

dapat dijadikan pertimbangan bagi para investor untuk melakukan investasi demi mendukung pembangunan berkelanjutan (Larasati & Fitriah, 2023).

Media *exposure* dalam penelitian ini akan berperan sebagai variabel yang memoderasi hubungan antara variabel independen dengan variabel independen. Pengukuran media *exposure* akan dilakukan dengan metode *dummy* (Richard et al., 2022) dimana perusahaan yang memberitakan informasi tentang pengungkapan kegiatan sosial dan lingkungan melalui media digital (situs resmi perusahaan dan/atau media sosial perusahaan) akan diberi score 1, sedangkan perusahaan yang tidak memberitakan akan diberi score 0.

## 2.8. Penelitian Terdahulu

Sebelum dilakukannya penelitian ini, berikut adalah penelitian – penelitian terdahulu yang berkaitan dengan “Pengaruh Aktivitas, *Slack Resource*, dan Budaya Perusahaan Terhadap Pengungkapan Laporan Keberlanjutan” yang dijadikan referensi oleh penulis :

Tabel 2.2  
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peliti, Tahun Terbit, Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Prisila Damayanti, Dodi Wahab, Nurmelia Safitri (2022) Pengaruh Profitabilitas, Firm Size, dan Aktivitas Perusahaan Terhadap	Y: <i>Sustainability Report Disclosure</i> X1: Prfotabilitas X2: Aktivitas Perusahaan X3: Ukuran Perusahaan	Profitabilitas berpengaruh negatif, aktivitas perusahaan berpengaruh positif, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap SRD.

	Pengungkapan <i>Sustainability Report</i>		
2	Ni Lu Sari Wagiswari, I Dewa Nyoman Badera (2021) Profitabilitas, Aktivitas Perusahaan, Tipe Industri dan Pengungkapan <i>Sustainability Report</i>	Y: <i>Sustainability Report</i> Disclosure X1: Profitabilitas X2: Aktivitas Perusahaan X3: Tipe Industri	Profitabilitas berpengaruh negatif, aktifitas perusahaan berpengaruh positif, dan tipe industri tidak berpengaruh terhadap SRD
3	Sari Mujiani, Tuti Nurfitri (2020) Analisi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan <i>Sustainability Report</i> Pada Perusahaan LQ45 Yang Terdaftar Di BEI	Y: <i>Sustainability Report</i> Disclosure X1: Likuiditas X2: Aktivitas Perusahaan X3: Kepemilikan Perusahaan	Likuiditas dan aktivitas perusahaan berpengaruh positif signifikan, dan kepemilikan perusahaan tidak berpengaruh terhadap SRD.
4	Maria Aditya Setiani, Imelda Sinaga (2021) Penentuan Pengungkapan <i>Sustainability Report</i> dengan GRI Standar pada Sektor Non-Keuangan	Y: <i>Sustainability Report</i> Disclosure X1: Komite Audit X2: Dewan Komisaris X3: Profitabilitas X4: Aktivitas Perusahaan	Komite audit, dewan komisaris dan profitabilitas tidak berpengaruh, aktivitas perusahaan berpengaruh negatif terhadap SRD.
5	Siti Zhaviratul Hanan, Mia Angelina Setiawan (2023) Pengaruh <i>Slack</i> <i>resources</i> , Dewan Direksi, dan Komite CSR terhadap <i>Sustainability Report</i>	Y: <i>Sustainability Report</i> Disclosure X1: <i>Slack resource</i> X2: Dewan Direksi X3: Komite CSR	<i>Slack resource</i> dan dewan direksi tidak berpengaruh, komite CSR berpengaruh terhadap SRD.
6	Deviana Sari, Yaumil Khairiyah, Hesti Widi Astuti, Niken Dwi Puspita (2022)	Y: Corporate Social Responsibility X: <i>Slack resource</i>	<i>Slack resource</i> berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR

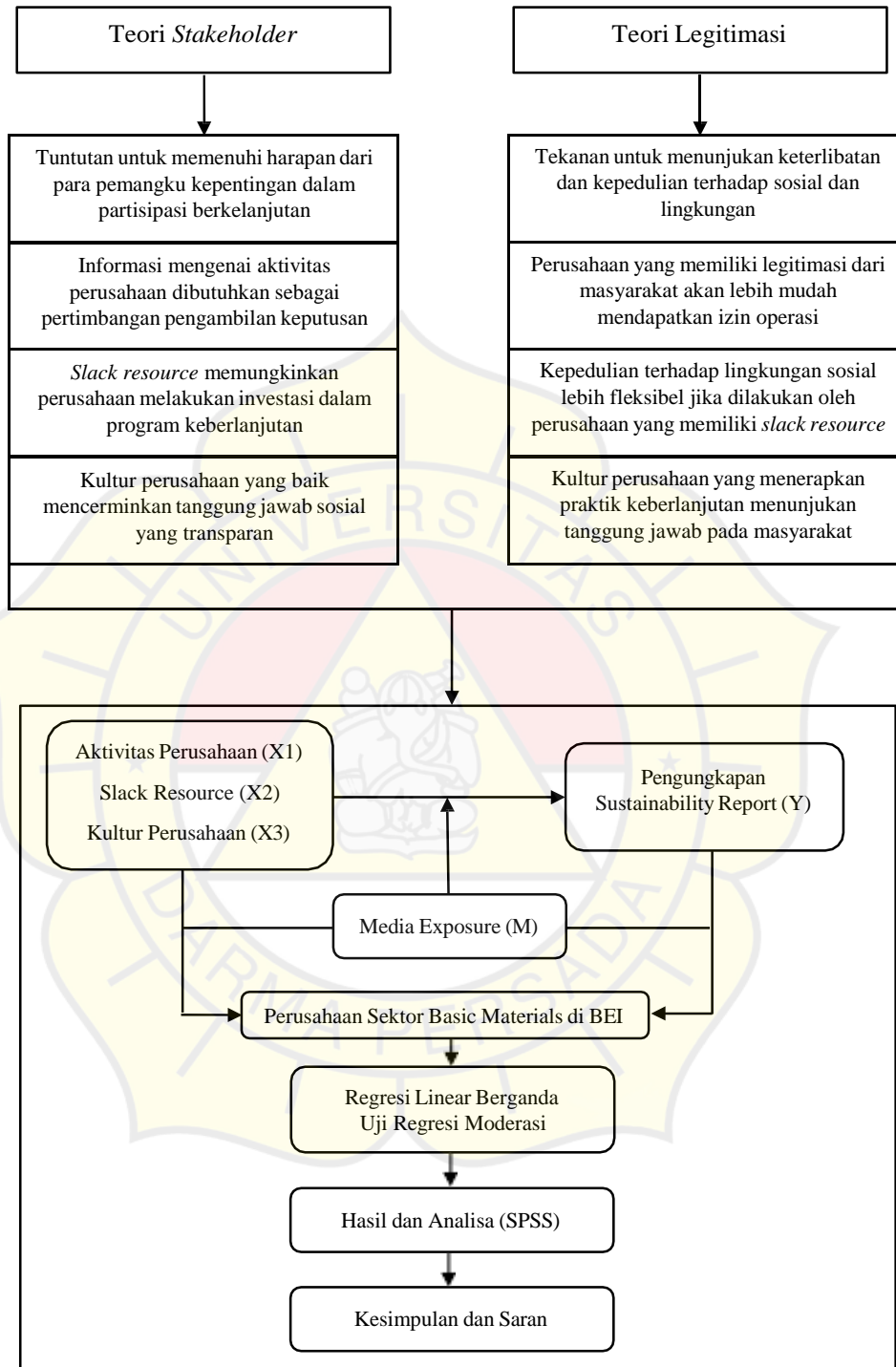
	Pengaruh <i>Slack resources</i> Terhadap Kualita CSRD Pada Perusahaan Manufaktur di BEI		
7	Irma Lailatus Soimah, Y Anni Aryanti (2019) <i>Slack resource</i> , Family Ownership, dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility	Y: <i>Corporate Social Responsibility</i> X1: <i>Slack resource</i> X2: Kepemilikan Keluarga C1: Ukuran Perusahaan C2: Leverage C3: Umur Perusahaan	<i>Slack resource</i> berpengaruh positif signifikan, kepemilikan keluarga berpengaruh negatif signifikan
8	Rita Wijayanti, Doddy Setiawan (2023). <i>The Role of the Board of Directors and The Sharia Supervisory Board on Sustainability Reports</i>	Y: <i>Sustainability Report Disclosure</i> X1: Karakteristik Direksi ( <i>Board Size, Board Independence, Financial Expertise, CEO Duality, Board Meeting Frequency</i> ) X2: Dewan Pengawas Syariah ( <i>DPS Size, Cross Membership, Board Reputation</i> )	BoD <i>Board Independence, DPS Size</i> dan <i>Cross Membership</i> berpengaruh positif, <i>Financial Expertise</i> berpengaruh, CEO <i>Duality</i> dan <i>Board Reputation</i> tidak berpengaruh, dan <i>Board Meeting Frequency</i> berpengaruh negatif terhadap SRD.
9	Elias Mwasambu, Karambu Kiende, Peter Wang Ombe (2024). Board attributes and <i>sustainability</i> reporting of selected listed nonfinancial firms in Anglophone Sub-Saharan African Countries: A	Y: <i>Sustainability Report Disclosure</i> X1: Ukuran Dewan X2: Rapat Dewan X3: Independensi Dewan X4: Keberagaman Gender	Ukuran dewan, rapat dewan, rapat dewan, independensi dewan, dan keberagaman dewan berpengaruh positif terhadap SRD.

	Multinational Logistic Reggression.		
10	Zainabu Tumwabaze, Juma Bananuka, Twaha Kigongo, Caroline Tirisa, Fred Mutasesira (2022)	Y: <i>Sustainability Report Practice</i> X1: Efektifitas Komite Audit X2: Fungsi Audit Internal	Efektifitas komite audit dan fungsi audit internal berpengaruh positif
11	Hairul Anam, Novita Tri Utami (2022) Corporate Social Responsibility : <i>Slack resource</i> , Feminisme Dewan Direksi, dan Media <i>Exposure</i>	Y: <i>Corporate Social Responsibility</i> X1: <i>Slack resource</i> X2:Feminisme Dewan Direksi X3: <i>Media Exposure</i>	<i>Slack resource</i> berpengaruh, feminisme dewan direksi dan media exposure tidak berpengaruh terhadap CSR.
12	Atika dan Alex Johanes Simamora (2024) The Effect of Corporate Culture On <i>Sustainability Report Quality</i>	Y = <i>Sustainability Report Quality</i> X1: Budaya Klan X2: Budaya Hirarki X3: Budaya Pasar X4: Pertumubuhan Perusahaan X5: <i>Media Exposure</i>	Budaya klan, budaya hirarki, budaya pasar, budaya pasar tidak berpengaruh, pertumbuhan perusahaan berpengaruh dan media <i>exposure</i> tidak berpengaruh terhadap SRQ.
13	Abdalla Meftah Shwairef, Mohamed Omar Abdulrahim, Eko Ganis Sukoharsono (2021) Organizational Culture, Governance Structure and <i>Sustainability Disclosure Quality: Evidence from Indonesia, Malaysia, Singapore, and Thailand</i>	Y: <i>Sustainability Report Quality</i> X: Struktur Tata Kelola Z: Kultur Organisasi	Struktur tata kelola berpengaruh terhadap SRQ, dan kultur organisasi (klan, adhokrasi, hierarki, dan market) dapat memediasi hubungan antara tata kelola dengan SRQ.

14	Willy Sri Yuliandhari, Ninda Kusuma Wulandari (2024) Pengaruh Corporate Governance, Pertumbuhan Perusahaan, dan Media <i>Exposure</i> Terhadap Pengungkapan CSR	Y: <i>Corporate Social Responsibility</i> X1: Board Size X2: Board Independent X3: Women on Board X4: Company Growth X5: <i>Media Exposure</i>	Board size, board independent, women on board, dan media <i>exposure</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, sedangkan pertumbuhan perusahaan berpengaruh.
15	Vania Florencia, Jessica Handoko (2021) Uji Pengaruh Profitabilitas, Leverage, <i>Media Exposure</i> Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon Dengan Pemoderasi	Y: Pengungkapan Emisi Karbon (Carbon Emission Disclosure) X1: Profitabilitas X2: Leverage X3: <i>Media Exposure</i> Z: Kinerja Lingkungan	Profitabilitas dan leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap CED, <i>media exposure</i> berpengaruh positif terhadap CED. Peran moderasi kinerja lingkungan memperlemah hubungan profitabilitas dan <i>media exposure</i> namun memperkuat pengaruh leverage terhadap CED

## 2.9. Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian merupakan penjelasan sementara terhadap gejala yang menjadi objek permasalahan dalam penelitian serta sebagai gambaran kerangka konsep pemecahan masalah yang berlandaskan pada teori ilmiah sebagai dasar penyusunan kerangka pemikiran untuk menghasilkan hipotesis. Kerangka penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.1  
Kerangka Pemikiran

Dari kerangka pemikiran diatas, dapat dilihat bahwa teori *stakeholder* dan legitimasi dapat menjelaskan masalah – masalah yang ada terkait dengan pengungkapan laporan keberlanjutan. Dimana teori *stakeholder* menyatakan bahwa hubungan yang baik antara manajemen perusahaan dengan pihak eksternal yang bekepentingan dapat dipertahankan apabila perusahaan mampu memenuhi harapan serta ekspektasi para pemangku kepentingan (Damayanty *et al.*, 2020). Dalam hal tersebut, maka pengungkapan laporan keberlanjutan dapat dilakukan sebagai sarana untuk mewujudkan harapan tersebut (Purnama & Handayani, 2021). Transparansi dalam mengungkapkan informasi mengenai aktivitas perusahaan dan tanggung jawabnya dapat memengaruhi pengambilan keputusan para pemangku kepentingan (Damayanty *et al.*, n.d). Kemudian adanya *slack resource* yang dimiliki oleh perusahaan memungkinkan perusahaan untuk melakukan investasi jangka panjang ke dalam program keberlanjutan dengan lebih fleksibel, dimana dari investasi tersebut akan diperoleh kepercayaan dari publik dan pemangku kepentingan (Kusumawati, 2019). Demikian pula perusahaan yang menerapkan kultur perusahaan yang mendukung prinsip keberlanjutan mencerminkan tanggung jawab sosial yang yang transparan dan dapat dipertanggungjawabkan sehingga hal ini akan menghindarkan perusahaan dari konflik pemangku kepentingan (Donaldson & Preston., 1995).

Teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan dan lingkungan sosial saling berkaitan (Önder & Baimurzin, 2020). Dengan asumsi tersebut, maka perusahaan memiliki tuntutan untuk menunjukkan keterlibatan dan kepedulian

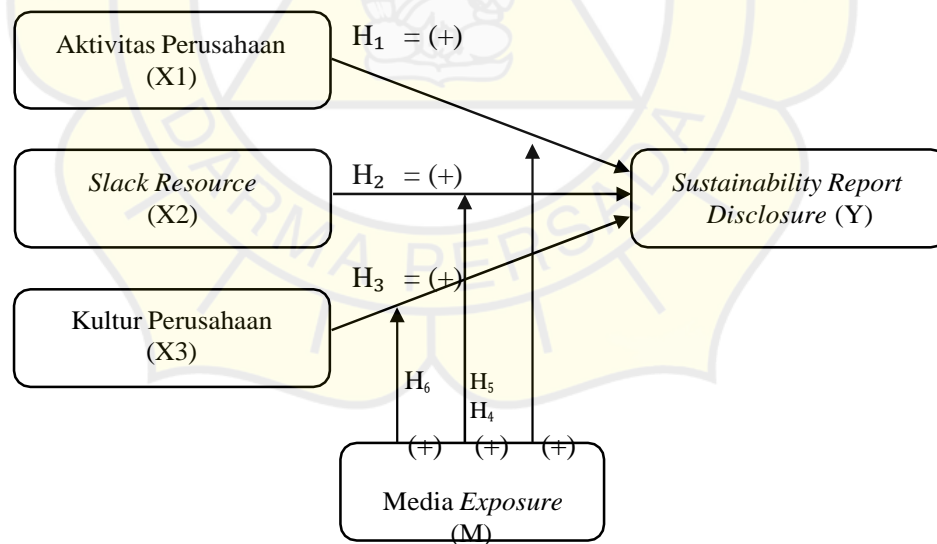
terhadap masyarakat, lingkungan, dan sosial. Perusahaan yang memiliki legitimasi dari masyarakat akan lebih mudah dalam memperoleh perizinan operasi dan melakukan aktivitasnya (Damayanty *et al.*, n.d). Kepedulian terhadap sosial dan lingkungan akan lebih mudah dilakukan oleh perusahaan yang memiliki *slack resource* dimana kepedulian tersebut memiliki potensi untuk mendapatkan legitimasi dari publik (Richardson & Welker., 2001). Perusahaan dengan budaya yang menerapkan prinsip keberlanjutan menunjukkan bahwa perusahaan telah menjalankan operasionalnya sesuai dengan nilai – nilai yang berlaku di sosial dan hal tersebut dapat mempertahankan legitimasi dari pemangku kepentingan.

Dari uraian diatas, maka penelitian ini akan menguji pengaruh dari aktivitas perusahaan, *slack resource*, dan kultur perusahaan terhadap keputusan manajemen perusahaan untuk mengungkapkan laporan keberlanjutan. Penelitian tersebut akan dimoderasi oleh peran media *exposure* dimana perusahaan dengan tingkat pemberitaan tinggi akan memberikan tekanan bagi perusahaan untuk terus mempertahankan reputasi dan citra baik perusahaan di mata publik serta seluruh pihak yang berkepentingan (Bozzolan *et al.*, 2019). Penelitian ini menggunakan perusahaan dari sektor *basic materials* atau sektor bahan dasar yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia karena sektor tersebut memiliki kegiatan yang meliputi penemuan, ekstraksi, pemrosesan dan produksi bahan mentah sehingga sektor ini memiliki dampak lingkungan dan sosial yang signifikan (Surjati, 2023). Sehingga pengungkapan tanggung jawabnya harus diinformasikan secara transparan.

Penelitian ini akan dilakukan menggunakan uji regresi linear berganda untuk melihat pengaruh dari aktivitas perusahaan, *slack resource* dan kultur perusahaan terhadap keputusan pengungkapan laporan keberlanjutan. Kemudian, akan dilakukan pengujian *Moderating Regression Analysis* (MRA) untuk menguji apakah peran media *exposre* sebagai variabel moderasi mampu memperkuat atau memperlemah interaksi antara aktivitas perusahaan, *slack resource*, dan kultur perusahaan terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan. Setelah itu, akan dibahas hasil dari analisa yang telah dilakukan kemudian membuat kesimpulan dan saran.

### 2.10. Kerangka Konseptual

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dijelaskan sebelumnya, maka variabel dan hipotesis dalam penelitian ini adalah :



Gambar 2.2  
Konsep Pemikiran

Dari kerangka diatas, telah dirumuskan variabel penelitian dan hipotesis penelitian. Aktivitas perusahaan, *slack resource*, dan kultur perusahaan berpengaruh positif terhadap keputusan manajemen perusahaan untuk mengungkapkan laporan keberlanjutan. Kemudian pada penelitian ini, peran media *exposure* sebagai variabel moderasi mampu memperkuat pengaruh dari aktivitas perusahaan, *slack resource*, dan kultur perusahaan terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan.

## **2.11. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang ditulis dalam bentuk kalimat pertanyaan. Berdasarkan uraian rumusan masalah dan kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis dari penelitian ini adalah :

### **2.11.1. Pengaruh Aktivitas Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sustainability Report**

Aktivitas perusahaan digunakan untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan dalam rasio tertentu (Wagiswari & Badera, 2021). Rasio aktivitas mengatur pengelolaan perputaran aktiva, dimana perputaran aktiva dapat digunakan sebagai alat untuk mengukur kemampuan perusahaan dan melihat efisiensi perusahaan dalam pengelolaan aktiva (Juniasti Sinaga et al., 2017).

Rasio aktivitas mengukur seberapa efektif perusahaan dalam mengelola asetnya (Kasmir, 2012). Semakin tinggi persentase rasio, maka semakin baik dan efektif manajemen mengontrol penggunaan

dana dan perusahaan cenderung mencapai posisi keuangan yang lebih stabil dan kuat. Situasi keuangan yang stabil dan kuat ini diciptakan oleh perusahaan sebagai salah satu upaya untuk mendapatkan dukungan para pemangku kepentingan. Semakin tinggi tingkat kinerja perusahaan, maka semakin besar pengungkapan laporan bisa dipertanggungjawabkan (Damayanty et al., 2022). Beberapa penelitian yang meneliti tentang pengaruh aktivitas perusahaan telah dilakukan sebelumnya. Hasil penelitian oleh (Damayanty et al., 2022) menunjukkan bahwa aktivitas perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan. Demikian pula dengan penelitian oleh (Wagiswari & Badera, 2021), penelitian (Supriadi et al., 2022), dan penelitian (Mujiani et al., 2020) yang menunjukkan hasil positif. Hasil dari penelitian – penelitian tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Apriliyani, 2022) yang menyatakan bahwa aktivitas perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan adanya hubungan positif antara aktivitas perusahaan dengan pengungkapan *sustainability report*, dimana aktivitas perusahaan yang tinggi dapat memberikan tanda bahwa telah banyak dilakukan aktivitas operasional yang secara langsung berkaitan dengan aspek sosial dan lingkungan sehingga diperlukan bentuk tanggung jawab atas

aktivitas tersebut yang dapat diinformasikan melalui pengungkapan *sustainability report*.

**H1:** Aktivitas perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan

### **2.11.2. Pengaruh *Slack Resource* Terhadap Pengungkapan *Sustainability Report***

*Slack resource* didefinisikan oleh Cyert dan March (1963) sebagai adanya kelebihan sumber daya yang jumlahnya melebihi tingkat sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai target perusahaan atau mempertahankan bisnis perusahaan. Dengan pengertian tersebut maka, adanya kelebihan sumber daya, perusahaan dinilai mampu menginvestasikan dana untuk program keberlanjutan tanpa adanya pengorbanan tertentu yang dilakukan oleh perusahaan (Hanan & Setiawan, 2023).

Penelitian mengenai *slack resource* yang dihubungkan dengan pengungkapan *sustainability report* maupun CSR (*Corporate Social Responsibility*) telah beberapa kali dilakukan namun hasilnya masih belum konsisten (Sari et al., 2022). Penelitian oleh (Hanan & Setiawan, 2023) menunjukkan bahwa *slack resource* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*. Namun penelitian yang dilakukan oleh (Sari et al., 2022), penelitian oleh (Anam & Utami, 2022), dan penelitian oleh (Soimah et al., 2019) menunjukkan hasil bahwa *slack resource* berpengaruh terhadap

pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang kegiatannya diinformasikan melalui *sustainability report*.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa dengan adanya *slack resource* yang tinggi, maka kondisi tersebut dapat memberikan keleluasaan bagi perusahaan untuk menentukan keberlangsungan masa depan perusahaan termasuk komitmennya untuk berpartisipasi mengungkapkan *sustainability report* (Hanan & Setiawan, 2023).

**H2:** *Slack resource* berpengaruh positif terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan

### **2.11.3. Pengaruh Kultur Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Sustainability Report***

Kultur perusahaan memiliki definisi yang mengacu pada nilai atau aturan yang mengarahkan seorang individu untuk melakukan pekerjaan – pekerjaan dan berperilaku (Bhandari et al., 2022). Penelitian mengenai kultur perusahaan dengan laporan keberlanjutan masih terbilang baru (Atika & Simamora, 2024). Penelitian oleh Atika & Simamora, 2024 menunjukkan hasil bahwa penelitian tentang budaya perusahaan memiliki keterkaitan dengan pembangunan berkelanjutan. Hal ini juga mendukung hasil dari survey yang dilakukan oleh Strategy PWC (2021) yang melaporkan bahwa sekitar 64% perusahaan dari seluruh dunia yang menjadi

responden survey berpandangan bahwa budaya perusahaan memiliki peran dalam mendukung isu keberlanjutan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Gong et al., 2022), penelitian (Zeb et al., 2021), dan penelitian oleh (Aichouche et al., 2022) memberikan kesimpulan bahwa kultur perusahaan merupakan aspek yang persuasif yang memengaruhi bagaimana manajemen berperilaku dan memberikan keputusan. Dalam hal ini, maka manajemen juga memiliki tanggung jawab untuk mengungkapkan laporan keberlanjutan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Bhandari et al., 2022) mengungkapkan bahwa kultur klan pasar memengaruhi laporan perusahaan. Kemudian penelitian (Saci et al., 2021) mengungkapkan bahwa kultur perusahaan meningkatkan pelaporan perusahaan. Penelitian (Adzimah et al., 2020) mengungkapkan bahwa kultur perusahaan yang berkelanjutan dapat mengarahkan perusahaan untuk meningkatkan tanggung jawab sosial. Kemudian penelitian oleh (Meftah Shwairef et al., 2021) menunjukkan bahwa budaya perusahaan memiliki peran dalam mekanisme tata kelola perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelaporan keberlanjutan di negara ASEAN. Namun, penelitian yang dilakukan oleh (Atika & Simamora, 2024) mengungkapkan bahwa kultur perusahaan yang dikelompokkan menjadi kultur klan, kultur adhokrasi, kultur

hierarki, dan kultur market tidak memengaruhi pelaporan keberlanjutan.

Dari uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa adanya kultur perusahaan tertentu dapat mencerminkan komitmen terhadap nilai kemanusiaan dan etika serta meningkatkan kemungkinan perusahaan untuk mengungkapkan laporan keberlanjutan dengan jujur serta dapat dipertanggungjawabkan.

**H3:** Kultur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan

#### **2.11.4. Media *Exposure* Memoderasi Pengaruh Aktivitas Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Sustainability Report***

Media *exposure* berperan untuk meningkatkan tekanan eksternal pada perusahaan agar lebih transparan sehingga ketika sebuah perusahaan memperoleh atensi yang besar dari media, perusahaan tersebut cenderung merasa memiliki tekanan untuk mengungkapkan informasi yang transparan dan akurat mengenai aktivitas keberlanjutan. Hal ini dilakukan untuk menjaga reputasi perusahaan di mata publik dan investor (Bozzolan *et al.*, 2019). Hal ini sejalan dengan teori pemangku kepentingan yang berfokus pada hubungan antara pemangku kepentingan (pemegang saham) dengan manajemen perusahaan dimana perusahaan memiliki tanggung jawab untuk menginformasikan aktivitas operasional perusahaan dengan transparan sehingga citra baik perusahaan terjaga di mata

publik. Demikian pula dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kewajiban untuk meyakinkan pemangku kepentingan bahwa manajemen perusahaan telah mengoperasikan perusahaan dengan penuh tanggung jawab secara sosial dan lingkungan sehingga perusahaan mendapatkan kepercayaan dari pemangku kepentingan dan masyarakat publik.

Penelitian yang dilakukan oleh (Bozzolan *et al.*, 2019) dan (Wang *et al.*, 2021) menyatakan bahwa media *exposure* dapat meningkatkan tekanan dan motivasi bagi perusahaan untuk menjaga citra baik perusahaan dan meningkatkan pengungkapan laporan keberlanjutan. Hal ini berarti ketika sebuah perusahaan dengan tingkat media *exposure* tinggi menyebabkan perusahaan dengan aktivitas operasional yang tinggi cenderung mengungkapkan lebih banyak informasi mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan dibandingkan perusahaan dengan tingkat media *exposure* yang rendah. Berdasarkan uraian di atas, maka diperoleh hipotesis atas peran media *exposure* dalam memoderasi pengaruh antara aktivitas perusahaan terhadap keputusan perusahaan mengungkapkan laporan keberlanjutan.

**H4:** Media *exposure* mampu memoderasi hubungan antara aktivitas perusahaan dengan pengungkapan laporan keberlanjutan.

### **2.11.5. Media *Exposure* Memoderasi Pengaruh *Slack Resource* Terhadap Pengungkapan *Sustainability Report***

Media *exposure* berperan untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas perusahaan di mata publik terutama pada perusahaan yang memiliki *slack resource* sehingga manajemen perusahaan memiliki tekanan untuk lebih memanfaatkan sumber daya yang belum terpakai secara efektif dan efisien dalam aktivitas yang melibatkan kepedulian terhadap lingkungan dan sosial (Huang dan Watson, 2021). Hal ini sesuai dengan teori pemangku kepentingan dimana manajemen mendapatkan fleksibilitas untuk melakukan investasi jangka panjang yang keuntungannya akan diperoleh melalui kepercayaan dari publik dan pemegang kepentingan, serta citra perusahaan yang baik. Demikian pula dengan teori legitimasi dimana dalam kondisi perusahaan memiliki *slack resource* maka perusahaan memiliki peluang yang lebih besar untuk memenuhi ekspektasi para pemegang saham.

Penelitian yang dilakukan oleh (Huang dan Watson, 2021) menunjukkan bahwa media *exposure* dapat meningkatkan tekanan pada perusahaan untuk mengungkapkan informasi yang berkaitan dengan aktivitas berkelanjutan terutama pada perusahaan yang memiliki *slack resource*. Penelitian (Chen *et al.*, 2021) juga menunjukkan bahwa perhatian yang didapatkan melalui media dapat memperkuat hubungan antara sumber daya perusahaan dengan

tingkat pengungkapan informasi keberlanjutan. Berdasarkan uraian di atas, maka didapatkan hipotesis atas peran media *exposure* dalam memoderasi pengaruh antara *slack resource* terhadap keputusan perusahaan untuk mengungkapkan laporan keberlanjutan.

**H5:** Media *exposure* mampu memoderasi hubungan antara *slack resource* dengan pengungkapan laporan keberlanjutan.

#### **2.11.6. Media *Exposure* Memoderasi Pengaruh Kultur Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Sustainability Report***

Media *exposure* berperan untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas perusahaan. Dalam hal ini, perusahaan yang memiliki kultur yang kuat dan melakukan pemberitaan melalui media akan terdorong untuk memanfaatkan sarana tersebut guna menunjukkan komitmen terhadap isu lingkungan dan sosial (Huang dan Watson., 2021). Hal ini sesuai dengan teori pemangku kepentingan dimana kultur perusahaan yang kuat dapat menghindari konflik kepentingan dengan cara melakukan pengungkapan informasi perusahaan dan melakukan promosi melalui media. Situasi tersebut dapat dilihat dari keterlibatan kultur klan (kolaboratif) dan kultur adhokrasi (inovatif) untuk berpartisipasi mendorong pengungkapan keberlanjutan. Demikian pula dengan teori legitimasi dimana perusahaan bertanggung jawab untuk mempertahankan legitimasi dari pemangku kepentingan. Situasi tersebut dalam dilihat melalui penerapan kultur hierarki (kontrol)

dan kultur market (kompetitif) untuk menunjukkan komitmen bahwa perusahaan dijalankan sesuai dengan batas dan norma yang berlaku dalam masyarakat yang informasinya dipublikasikan melalui sorotan media.

Penelitian yang dilakukan oleh (Huang dan Watson., 2021) dan penelitian oleh (Wang *et al.*,2020) mendukung gagasan bahwa diperolehnya atensi dari media dapat mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi keberlanjutan, terutama pada perusahaan yang memiliki kultur dan komitmen yang kuat untuk mendukung isu lingkungan dan sosial.

Berdasarkan uraian diatas, maka didapatkan hipotesis atas peran media *exposure* dalam memoderasi pengaruh kultur perusahaan terhadap keputusan perusahaan untuk mengungkapkan laporan keberlanjutan. Bahwa tingginya media *exposure* yang dilakukan oleh perusahaan yang memiliki kultur perusahaan yang kuat akan mendorong perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan nilai dan citra perusahaan di mata publik dan pemangku kepentingan melalui pengungkapan keberlanjutan.

**H6:** Media *exposure* mampu memoderasi hubungan antara kultur perusahaan dengan pengungkapan laporan keberlanjutan.