

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu

Landasan teori dan penelitian terdahulu merupakan dasar yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini. Landasan teori memberikan konsep dan perspektif yang mendukung hubungan antarvariabel penelitian, sedangkan penelitian terdahulu menyajikan bukti empiris dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Kedua aspek tersebut menjadi acuan dalam menyusun kerangka pemikiran serta mengembangkan hipotesis penelitian. Uraian mengenai landasan teori dan penelitian terdahulu disajikan pada subbab berikut.

2.1.1 Teori *Stakeholder* (*Stakeholder Theory*)

R. Edward Freeman (1984) dalam bukunya yang berjudul *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, mengemukakan bahwa *stakeholder* merupakan seluruh pihak yang dapat memengaruhi maupun dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi/perusahaan. Berdasarkan keterlibatannya, *stakeholder* dapat diklasifikasikan menjadi *stakeholder* internal dan *stakeholder* eksternal. *Stakeholder* internal mencakup pihak-pihak yang terlibat langsung dalam aktivitas perusahaan, seperti pemegang saham, manajemen, dan karyawan. Sementara itu, *stakeholder* eksternal meliputi pihak-pihak di luar perusahaan yang memiliki kepentingan atau pengaruh terhadap perusahaan, antara lain pemerintah, konsumen, masyarakat, media, investor eksternal, pemasok, serta pihak lain yang relevan dengan karakteristik dan bidang usaha perusahaan (Freeman, 1984).

Lebih lanjut, Bussolo *et al.* (2026) dalam artikelnya dikatakan bahwa teori *stakeholder* memiliki dua perspektif utama, yaitu etis (normative) dan praktis (instrumental). Secara normatif, perusahaan dipandang memiliki kewajiban moral untuk memperlakukan *stakeholder* secara etis dan bertanggung jawab. Sementara itu, dari perspektif instrumental, keterlibatan dan pengelolaan hubungan dengan *stakeholder* dipandang sebagai sarana strategis untuk meningkatkan kinerja perusahaan serta memitigasi berbagai risiko, termasuk risiko reputasi dan kritik sosial (Donaldson & Preston, 1995; Parmar *et al.*, 2010). Selaras dengan teori ini, dapat disimpulkan bahwa untuk menjaga kelangsungan hidup usaha dalam jangka panjang maka perusahaan dituntut untuk memperhatikan kepentingan berbagai *stakeholder* dan tidak semata-mata berfokus pada memaksimalkan keuntungan pemegang saham (Utaminingsih *et al.*, 2025).

Kepentingan *stakeholder* dalam Teori *Stakeholder* mencakup kebutuhan akan transparansi informasi serta jaminan bahwa perusahaan menjalankan aktivitasnya secara bertanggung jawab. Freeman (1984) yang kemudian dijabarkan kembali oleh Freeman *et al.* (2010) menjelaskan bahwa *stakeholder* memiliki kepentingan terhadap keterbukaan kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan, kepatuhan terhadap regulasi, serta pemeliharaan reputasi perusahaan di mata publik. Kepentingan tersebut kemudian berkembang menjadi tekanan *stakeholder*, yaitu bentuk tuntutan atau pengaruh yang mendorong perusahaan untuk merespons ekspektasi para pemangku kepentingan. Tekanan ini dapat bersumber dari pemerintah melalui regulasi, investor melalui tuntutan transparansi, maupun masyarakat dan media melalui penilaian reputasi perusahaan. Bersamaan

dengan perkembangan teori *stakeholder*, pemenuhan kepentingan dan respons terhadap tekanan *stakeholder* tidak lagi dipandang sebagai aktivitas tambahan, melainkan sebagai kebutuhan strategis bagi perusahaan dalam menjaga keberlanjutan usahanya (Sulemana *et al.*, 2025).

Pada teori *stakeholder* modern yang membahas perubahan pedoman bisnis global, Freeman *et al.* (2010) melalui bukunya yang berjudul *The State of the Art* memperkenalkan *design stakeholder theory* yang dirancang tidak hanya untuk mendeskripsikan relasi perusahaan dengan pemangku kepentingan, tetapi juga untuk dapat menyelesaikan atau setidaknya mengonseptualisasikan kembali beberapa permasalahan. Permasalahan tersebut meliputi penciptaan dan pertukaran nilai (*the problem of value creation and trade*), keterkaitan antara etika dan sistem kapitalisme (*the problem of ethics and capitalism*), serta pola pikir manajerial dalam pengambilan keputusan (*the problem of managerial mindset*). Melalui perspektif ini, perusahaan dipandang sebagai entitas pencipta nilai bagi berbagai *stakeholder*, di mana pertimbangan etis dan kepentingan *stakeholder* menjadi bagian dari strategi dan pengambilan keputusan manajemen.

Eksistensi teori *stakeholder* yang terus berkembang menunjukkan karakteristik teori yang adaptif terhadap pola manajemen dan dinamika tren bisnis. Fleksibilitas tersebut menekankan bagaimana perusahaan dapat beroperasi secara optimal dengan tetap mempertahankan dan meningkatkan nilai bisnis secara berkelanjutan melalui integrasi kepentingan *stakeholder* dan prinsip etika dalam strategi perusahaan (freeman *et al.*, 2010). Oleh karena itu perusahaan diharapkan dapat memberikan respon yang strategis, memperhatikan peningkatan nilai dengan

tetap mengimplementasikan etika dalam realisasinya. Manajemen dituntut untuk menempatkan diri sebagai pengelola hubungan dengan seluruh pemangku kepentingan, tidak hanya terbatas pada pemegang saham atau hanya tertuju pada keuntungan perusahaan (Hörisch *et al.*, 2020). Dalam konteks ini, teori *stakeholder* relevan untuk menjelaskan berbagai bentuk respons perusahaan, antara lain melalui pengungkapan laporan keberlanjutan sebagai sarana pemenuhan kepentingan dan transparansi kepada *stakeholder* (Majdi *et al.*, 2023), penggunaan media sosial sebagai media komunikasi perusahaan, serta karakteristik perusahaan seperti profitabilitas dan ukuran perusahaan yang memengaruhi intensitas tekanan *stakeholder* terhadap pemenuhan kepentingan tersebut (Nu *et al.*, 2025).

Secara lebih mendalam, pengungkapan laporan keberlanjutannya yang memuat aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola dapat dipahami sebagai tanggapan perusahaan terhadap tekanan *stakeholder* (Rahmadahani *et al.*, 2025). Selain investor yang semakin mempertimbangkan aspek ESG dalam mengambil keputusan investasi, konsumen juga mulai memperhatikan proses bisnis perusahaan sebelum melakukan pembelian. Kewajiban pelaporan keberlanjutan mendorong peningkatan akuntabilitas perusahaan yang memungkinkan seluruh *stakeholder* untuk menganalisis dan bertindak berdasarkan keadaan pasar dan kondisi bisnis secara objektif (Jackson *et al.*, 2020). Sehingga konsep pengungkapan laporan keberlanjutan bukan hanya dipenuhi untuk memperoleh legitimasi, namun lebih dari itu adalah untuk menjaga kelangsungan usaha. *Stakeholder* internal serta eksternal memiliki peran signifikan dalam kelancaran setiap lapisan proses bisnis, sehingga memenuhi kepentingan jugauntutannya melalui pengungkapan laporan

keberlanjutan adalah aspek yang tidak terpisahkan dari strategi perusahaan (Yohana & Suhendah, 2023).

Sehubungan dengan keterikatan perusahaan terhadap kepentingan *stakeholder*, terdapat sejumlah faktor yang dapat menjadi pendorong intensitas tekanan yang diterima perusahaan. Tingkat profitabilitas yang tinggi meningkatkan visibilitas perusahaan serta ekspektasi *stakeholder* terhadap tanggung jawab dan transparansi perusahaan. Sementara itu, ukuran perusahaan berkaitan dengan jumlah dan keragaman *stakeholder* yang terlibat dalam aktivitas bisnisnya (Rahmadahani *et al.*, 2025). Kondisi ini membuat perusahaan disoroti oleh para pemangku kepentingan, sementara kualitas pengungkapan laporan keberlanjutan yang dilakukan masih bervariasi (Utaminingsih *et al.*, 2025).

Salah satu sarana komunikasi yang dapat menjembatani perusahaan dengan *stakeholder* dalam rangka meningkatkan kualitas pengungkapan laporan keberlanjutan adalah media sosial. Penggunaan media sosial dapat menjadi alat transparansi real-time, interaktif, dan mudah diakses oleh berbagai kelompok *stakeholder* (Zhong & Wang, 2023). Melalui fungsi tersebut, media sosial berperan dalam mengurangi asimetri informasi dan meminimalkan risiko praktik pengungkapan keberlanjutan yang bersifat simbolik (Ruiz-Blanco *et al.*, 2022).

2.1.2 Pengungkapan Laporan Keberlanjutan

Seorang pendiri konsultan asal Inggris, John Elkington (1997) dalam bukunya *Cannibals with Forks* memperkenalkan istilah *Triple Bottom Line* (TBL). Frasa ini mengacu pada landasan dasar korporasi dalam mengelola bisnisnya, menggarisbawahi aspek ekonomi, sosial dan lingkungan sebagai bagian dari nilai

yang harus dijaga oleh perusahaan. Ketiga nilai dalam TBL merupakan tiga P, yaitu *People*, *Planet* dan *Profit* (Fuadah *et al.*, 2019). *People* menggambarkan perusahaan yang berkomitmen untuk “memberi kembali” dan tidak melakukan eksploitasi kepada komunitas yang terlibat dalam proses bisnisnya, baik karyawan maupun masyarakat di lingkungan sekitar.

Planet berarti perusahaan sebisa mungkin tidak melaksanakan kegiatan yang bersifat destruktif secara ekologis, meminimalkan jejak lingkungan serta memaksimalkan upaya dalam menjaga tatanan alam. *Profit* yang dimaksud dalam konsep *Triple Bottom Line* bukan semata-mata keuntungan perusahaan atas kegiatan usahanya, tetapi realisasi manfaat ekonomi yang diperoleh masyarakat dan lingkungan. *Triple Bottom Line* digunakan sebagai kerangka kerja awal dalam mengukur dan melaporkan kinerja perusahaan (Elkington, 1997). Sukaharsono & Andayani dalam bukunya Akuntansi Keberlanjutan (2021) mendefinisikan laporan keberlanjutan sebagai laporan yang disajikan oleh perusahaan mengenai hubungan antara komitmen dengan implementasinya dalam mewujudkan ekonomi global yang maju dan berkelanjutan. Seiring perkembangannya, berbagai institusi dan regulator turut mengembangkan konsep serta pedoman pelaporan keberlanjutan, seperti *Global Reporting Initiatives*, *International Sustainability Standard Board*, OJK, hingga Ikatan Akuntan Indonesia.

Sementara itu pengungkapan laporan keberlanjutan adalah tindakan pelaporan resmi perusahaan kepada *shareholder* dan *stakeholder* terkait komitmen perusahaan terhadap pengelolaan bisnis yang berkelanjutan, kinerja sosial dan ekologis, serta pemenuhan tanggung jawab atas tata kelola perusahaan yang baik

(Christensen *et al.*, 2021). Pengungkapan laporan keberlanjutan dianggap sebagai hal yang krusial bagi perusahaan, karena bertujuan untuk menjawab kekhawatiran pemangku kepentingan akan dampak dari kegiatan usaha dan kepatuhan terhadap peraturan hukum yang berlaku agar nama baik perusahaan tetap terjaga (Arvidsson & Dumay, 2022; Sulemana *et al.*, 2025). Dalam hal ini kualitas pengungkapan laporan keberlanjutan menjadi penting agar informasi yang dikomunikasikan kepada *stakeholder* memiliki tingkat kredibilitas yang memadai. Berdasarkan buku Akuntansi Keberlanjutan karya Sukaharsono & Andayani (2021) terdapat lima poin penentu kualitas laporan keberlanjutan, yaitu:

- 1 **Balance (Keseimbangan):** Komponen yang dimuat dalam laporan keberlanjutan harus mencerminkan segala aspek usaha, baik sisi positif maupun negatifnya sehingga *stakeholder* dapat melakukan penilaian kinerja organisasi secara objektif dan wajar.
- 2 **Comparability (Keterbandingan):** Informasi yang dilaporkan perusahaan harus konsisten dari waktu ke waktu agar memiliki daya banding yang memadai untuk diperbandingkan oleh para *stakeholder*.
- 3 **Accuracy (Ketepatan):** Pelaporan kinerja keberlanjutan perusahaan harus mencakup setiap aspek secara detail dan akurat untuk memastikan tidak adanya misinformasi dalam penilaian *stakeholder*.
- 4 **Reliability (Keandalan):** Setiap pernyataan perusahaan dalam laporan keberlanjutan harus dapat diuji dan memiliki materialitas serta metode pengukuran yang jelas. Hal ini memastikan bahwa setiap informasi yang disampaikan berdasarkan fakta dan data.

5 Clarity (kejelasan): Penggunaan Bahasa, desain, media, serta metode pengungkapan laporan keberlanjutan hendaknya mengutamakan kemudahan pemahaman, akses, kejelasan informasi, serta minim bias.

Selain indikator kualitas pelaporan keberlanjutan, terdapat standar pengungkapan laporan keberlanjutan yang dibuat oleh *Global Reporting Initiative*. Tiga topik spesifik yang wajib diungkapkan dalam laporan keberlanjutan adalah *economic standard disclosures* (GRI 200), *environmental standard disclosures* (GRI 300) dan *disclosure of social standards* (GRI 400). Setiap standar menggambarkan dampak kegiatan usaha terhadap masing-masing aspek keberlanjutan. Dampak tersebut mencakup kondisi ekonomi komunitas dan lingkungan sekitar, sumber daya biotik dan abiotik, serta sistem sosial dan kultural pada lingkungan internal maupun eksternal perusahaan.

Hess (2014) dalam Tariq (2025) menjelaskan bahwa pengungkapan laporan keberlanjutan dibuat sebagai alat mitigasi asimetri informasi di antara manajemen dengan *stakeholder*. Namun peningkatan transparansi dilakukan melalui perluasan cakupan informasi dalam bidang lingkungan, sosial dan tata kelola, atau biasanya disebut *ESG pillars* (Hörisch *et al.*, 2020). Terdapat dua pendekatan utama pengukuran tingkat pengungkapan laporan keberlanjutan perusahaan, yaitu analisis pengungkapan berbasis pedoman serta penilaian keberlanjutan oleh lembaga independen. Penilaian keberlanjutan oleh lembaga independen tercermin melalui *ESG score* yang bersumber dari Bloomberg, sedangkan analisis berbasis pedoman mengacu pada standar *Global Reporting Initiative* dan *International Sustainability Standards Board* (Eng *et al.*, 2022). Perbedaan utama kedua standar tersebut

terletak pada orientasi pelaporannya, di mana GRI lebih menekankan pada dampak aktivitas perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat, sementara ISSB berfokus pada informasi keberlanjutan yang material secara finansial bagi investor dan pasar modal (Eng *et al.*, 2022; Harrison, 2023).

2.1.3 Penggunaan Media Sosial

Sifat media sosial yang dinamis dan terus berubah mengikuti perkembangan teknologi menyebabkan tidak terdapat definisi pasti dan tetap mengenai media sosial (Bayer *et al.*, 2020). Wolfers *et al.* (2025) dalam penelitiannya, merangkum beberapa alasan media sosial dapat memiliki definisi yang berbeda bagi setiap individu yang menggunakannya. Fenomena ini disebabkan oleh istilah media sosial yang sering disebut dalam berbagai artikel sebagai suatu objek yang seolah penting dan aktual, bukan karena konsepnya didefinisikan secara akademik. Di samping itu, media sosial merupakan platform yang digunakan oleh individu dengan latar belakang dan tujuan yang beragam serta prinsip yang dipersonalisasi, sehingga secara umum memunculkan perbedaan dalam pendefinisian media sosial. Oleh karena itu, diperlukan batasan konseptual yang lebih jelas untuk membedakan media sosial dari platform digital lainnya.

Carr & Hayes (2015) dalam Bayer *et al.* (2020) berpendapat bahwa suatu platform dapat dikatakan sebagai media sosial apabila memenuhi lima syarat. Persyaratan tersebut yaitu media sosial digunakan sebagai sarana komunikasi dan interaksi publik yang berbasis internet. Selain itu, bersifat terus berkembang sehingga berkelanjutan, berbentuk bebas tanpa terikat, memfasilitasi persepsi penggunaanya, serta dapat memberikan nilai tambah secara ekonomi maupun sosial

melalui konten yang dihasilkan. Perkembangan ini menunjukkan bahwa media sosial tidak lagi sekadar merek daring, melainkan ekosistem digital yang terus berevolusi dan memiliki implikasi sosial serta ekonomi yang semakin luas (Sujon *et al.*, 2018).

Peranan penting dalam menjalankan usaha seperti kegiatan operasi, tata kelola, kinerja organisasi secara keseluruhan, hingga penyampaian informasi secara terbuka, semakin banyak dijalankan melalui media sosial sebagai bagian dari platform berbasis teknologi (Bin-Nashwan *et al.*, 2025). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Jayasuriya *et al.* (2025), media sosial seperti Facebook dan Instagram mampu mentransformasi aktivitas ekonomi, di mana bahkan pelaku usaha mikro dengan keterbatasan modal dan jejaring dapat memperoleh akses pendanaan serta memperluas jangkauan konsumen melalui kehadiran digital. Temuan ini mengindikasikan bahwa media sosial berfungsi sebagai sarana peningkatan visibilitas dan akses pasar, tidak hanya bagi usaha kecil tetapi juga bagi perusahaan secara lebih luas. Selanjutnya Gupta *et al.* (2021) dan Hogarth *et al.* (2025) membuktikan bahwa platform seperti Instagram, LinkedIn, X, YouTube dan Facebook berperan sebagai alat komunikasi strategis dalam membangun ketegangan yang lebih mendalam dengan konsumen, yang secara tidak langsung memengaruhi perilaku serta pengambilan keputusan para *stakeholder*.

Penggunaan media sosial dalam konteks bisnis berhubungan erat dengan persepsi publik terhadap perusahaan. Hal ini disebabkan oleh keputusan pemboikotan maupun pemihakan konsumen terhadap suatu entitas yang sebagian besar didasarkan pada tindakan sosial dan lingkungan perusahaan (Edelman, 2021).

Konsistensi perusahaan dalam memanfaatkan media sosial yang populer tidak hanya berpotensi meningkatkan visibilitas organisasi, tetapi juga memperkuat tekanan publik terhadap keterbukaan informasi terkait isu lingkungan, sosial, dan tata kelola. Hal ini mempertegas bahwa penggunaan media sosial dapat berfungsi sebagai sarana legitimasi perusahaan di hadapan *stakeholder* (Hogarth *et al.*, 2025).

Selain itu, semakin masifnya penggunaan media sosial dalam interaksi organisasi dengan *stakeholder* menyebabkan ekspektasi pemangku kepentingan terhadap transparansi dan pengungkapan keberlanjutan perusahaan juga cenderung meningkat (Utaminingsih *et al.*, 2025). Lebih lanjut, komunikasi dua arah melalui media sosial memungkinkan perusahaan untuk merespons kepentingan *stakeholder* secara langsung, sekaligus mengkomunikasikan dampak dari tindakan yang telah diambil, yang pada akhirnya dapat berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan (Lodhia *et al.*, 2020). Oleh karena itu, penggunaan media sosial secara proaktif dipandang sebagai salah satu mekanisme yang mendorong peningkatan intensitas dan kualitas pengungkapan perusahaan, khususnya dalam konteks keberlanjutan, yang kemudian dapat memperluas diferensiasi usaha dan memperkuat keunggulan kompetitif perusahaan (Damtoft *et al.*, 2025). Berikut rumus perhitungan penggunaan media sosial khususnya aktivitas unggahan sesuai ESG:

2.1.4 Profitabilitas (Profitabilitas)

Kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya, modal, serta kegiatan usaha, baik produksi, perdagangan, maupun penyediaan jasa, untuk menghasilkan laba atau keuntungan, merupakan definisi umum dari profitabilitas (Yohana & Suhendah, 2023). Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi

cenderung menunjukkan efisiensi yang lebih baik dalam menghasilkan laba, serta lebih menarik minat investor untuk melakukan penanaman modal karena potensi pengembalian yang lebih besar (Andreas & Chang, 2025). Tingkat profitabilitas yang rendah sebaliknya dapat mengindikasikan lemahnya kinerja perusahaan, yang berpotensi menurunkan minat investasi dan persepsi pasar terhadap kinerja perusahaan. Di sisi lain, tingginya profitabilitas perusahaan menandakan kinerja manajerial yang baik, yang pada akhirnya dapat memperkuat posisi manajemen dalam pengambilan kebijakan strategis, termasuk dalam penyediaan dan pengungkapan informasi keberlanjutan perusahaan (Kamaliah, 2020).

Bertepatan dengan meningkatnya ketertarikan investor terhadap isu bisnis berkelanjutan, yaitu lingkungan, sosial, serta tata kelola, perusahaan mulai mengintegrasikan pertimbangan ESG. Perusahaan bersedia mengalokasikan sumber daya tambahan untuk mendukung penciptaan nilai jangka panjang dalam pengambilan keputusan bisnis (Kastens, 2025). Hal ini mengimplikasikan profitabilitas sebagai kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya secara efisien untuk menghasilkan keuntungan yang berkelanjutan. Namun, terlepas dari praktik sustainability disclosure, tingkat profitabilitas perusahaan secara umum dipengaruhi oleh berbagai faktor pendorong yang bersifat internal maupun eksternal.

Faktor internal (mikroekonomi) berkaitan dengan kebijakan manajerial, efektivitas pengelolaan usaha, serta pemanfaatan sumber daya perusahaan, sedangkan faktor eksternal (makroekonomi) mencakup kondisi ekonomi yang berada di luar kendali langsung manajemen perusahaan (Novakovic *et al.*, 2025).

Literatur terdahulu menunjukkan bahwa efektivitas manajemen modal kerja dan likuiditas dalam rasio perputaran aset lancar. Kondisi makroekonomi seperti pertumbuhan produk domestik bruto, merupakan faktor yang sering dikaitkan dengan peningkatan profitabilitas perusahaan (Novakovic *et al.*, 2025). Selain itu, perusahaan dituntut untuk mengidentifikasi risiko yang muncul akibat perubahan aktivitas ekonomi dan sentimen pasar global, sebagai upaya menjaga dan meningkatkan profitabilitas perusahaan (Joaqui-Barandica *et al.*, 2025).

Terdapat beberapa metode pengukuran profitabilitas untuk membandingkan kinerja profitabilitas antarperusahaan, yang dapat dikelompokkan ke dalam rasio margin dan rasio pengembalian. Rasio margin mengukur kemampuan perusahaan dalam mengonversi aktivitas penjualan menjadi laba, sedangkan rasio pengembalian menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atas sumber daya dan modal yang digunakan. berkaitan dengan pengungkapan laporan keberlanjutan, rasio profitabilitas yang paling sering digunakan adalah *Return on Asset* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE) (Cahya & Riwoe, 2018; Suprpto *et al.*, 2025).

1 *Return on Asset* (ROA)

ROA digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi perusahaan dalam menghasilkan laba melalui pemanfaatan seluruh aset yang dimiliki. Semakin tinggi nilai ROA, semakin efektif perusahaan dalam mengelola asetnya untuk menciptakan keuntungan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Secara umum, ROA

dihitung dengan membandingkan laba yang dihasilkan perusahaan terhadap total aset yang digunakan dalam kegiatan operasional perusahaan.

2 *Return on Equity* (ROE)

ROE memiliki konsep dasar yang serupa dengan ROA, namun berfokus pada kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari modal sendiri yang ditanamkan oleh pemegang saham. Rasio ini mencerminkan tingkat efisiensi perusahaan dalam mengelola ekuitas investor untuk menciptakan keuntungan, sehingga ROE sering digunakan sebagai indikator utama dalam menilai kinerja manajerial dan daya tarik perusahaan bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi.

2.1.5 Ukuran Perusahaan(Ukuran Perusahaan)

Konsep yang dapat digunakan untuk mengklasifikasikan usaha ke dalam kelompok kecil hingga besar melalui karakteristik tertentu yang dapat mendeskripsikan kapasitas dan skala perusahaan disebut Ukuran Perusahaan(Yohana & Suhendah, 2023). Ukuran perusahaan umumnya dikaitkan dengan sumber daya, aset, serta aktivitas usaha yang berhubungan dengan tujuan dan arah perkembangan yang ingin dicapai perusahaan (Lina, 2024). Namun, dalam konteks bisnis modern, ukuran perusahaan juga mencerminkan tingkat visibilitas perusahaan di hadapan publik serta tingkat keterpaparan terhadap berbagai pihak yang berkepentingan (Kamaliah, 2024). Seiring dengan meningkatnya ukuran usaha, kompleksitas pengelolaan perusahaan dan intensitas tekanan eksternal cenderung semakin tinggi dibandingkan dengan perusahaan berskala kecil (Nu *et al.*, 2025).

Meskipun menghadapi tanggung jawab yang lebih besar akibat tingginya tendensi publik, perusahaan berskala besar dinilai memiliki daya tahan yang lebih baik dibandingkan perusahaan berskala kecil (Suroso & Sufiyati, 2025). Hal ini dikarenakan perusahaan besar memiliki sumber daya yang lebih memadai untuk dapat mencapai tujuan usaha dan memenuhi standar keterbukaan informasi (Tobing *et al.*, 2019; Yohana & Suhendah, 2023). Yohana & Suhendah (2023) menyatakan bahwa perusahaan berskala besar memiliki perhatian lebih terhadap isu lingkungan dan sosial sebagai bentuk tanggapan terhadap tuntutan *stakeholder* yang sensitif terhadap isu keberlanjutan, sementara perusahaan berskala kecil lebih berfokus pada upaya peningkatan profitabilitas untuk mendukung pertumbuhan usaha. Ketertarikan investor terhadap isu ESG, kewajiban kepatuhan terhadap regulasi, upaya mitigasi risiko reputasi, serta kebutuhan untuk merespons kepentingan *stakeholder* menjadi faktor yang melatarbelakangi perusahaan untuk semakin memperhatikan pengungkapan laporan keberlanjutan sebagai bagian dari strategi bisnis (Sulemana *et al.*, 2025).

Luasnya pendekatan konseptual dalam mendefinisikan ukuran perusahaan menyebabkan adanya beberapa proksi yang digunakan untuk merepresentasikan dimensi ukuran perusahaan. Secara konseptual, total aset, total penjualan, dan kapitalisasi pasar digunakan sebagai indikator ukuran perusahaan karena masing-masing menangkap dimensi yang berbeda, mulai dari skala ekonomi, jangkauan pasar, hingga penilaian investor. Pemilihan penggunaan proksi ukuran perusahaan disesuaikan dengan sudut pandang dan tujuan analisis yang ingin dicapai.

1 Total Aset

Umumnya menggambarkan kompleksitas aktivitas bisnis dan skalanya secara perekonomian. Semakin besar total aset yang dimiliki, semakin besar pula skala aktivitas bisnis serta potensi dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan yang dihasilkan.

2 Total Penjualan

Mencerminkan intensitas aktivitas usaha dan luasnya interaksi perusahaan dengan konsumen serta mitra bisnis, sehingga menjadi indikator jangkauan pasar dan tingkat sorotan publik terhadap aktivitas perusahaan. Kondisi ini mendorong perusahaan berskala besar untuk meningkatkan atensinya terhadap reputasi dan keterbukaan informasi, khususnya terkait isu lingkungan, sosial, dan tata kelola.

3 Kapitalisasi Pasar

Digunakan untuk menangkap dimensi persepsi pasar dan penilaian kolektif investor terhadap prospek perusahaan di masa depan. Namun demikian, Ukuran perusahaan berdasarkan kapitalisasi pasar dapat dipengaruhi oleh volatilitas sentimen pasar, sehingga pengungkapan laporan keberlanjutan kerap dimanfaatkan sebagai mekanisme untuk mengurangi asimetri informasi dan menjaga kepercayaan investor, terutama bagi perusahaan berskala besar yang menghadapi ekspektasi dan tekanan *stakeholder* yang relatif lebih tinggi.

2.2 Penelitian Terdahulu

Fenomena timbulnya kesadaran akan pentingnya keterbukaan dalam hal lingkungan, sosial dan tata kelola perusahaan menjadi masif terjadi seiring dengan menjamurnya regulasi dan atensi terkait kredibilitas dan akuntabilitas perusahaan. Hal tersebut mendorong munculnya penelitian-penelitian terdahulu yang mengkaji berbagai hal terkait pengungkapan laporan keberlanjutan. Beberapa kriteria diteliti untuk mengetahui keterkaitannya baik secara positif maupun negatif terhadap kualitas pengungkapan serta kuantitas perusahaan yang mengungkapkan laporan keberlanjutan dalam proses bisnisnya.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti, Tahun & Judul	Variabel & Metode Penelitian		Hasil Penelitian
		Persamaan	Perbedaan	
1	Hogart <i>et al.</i> (2025) Penggunaan media sosial <i>for Sustainability Reporting: A Study for the Top 50 Australian Companies</i> Meditari <i>Accountancy research</i> Vol. 33 No. 2	Variabel <i>Sustainability Report</i> dan <i>Social Media</i> .	1. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan netnografi. 2. Variabel sosial media dan pengungkapan keberlanjutan dilihat menggunakan pendekatan <i>network-ethnography</i> . 3. Sampel penelitian adalah 50 perusahaan terbaik dalam <i>Australian Securities Exchange</i> periode 1	1. Unggahan terkait keberlanjutan hanya 20% dari total unggahan di media sosial. 2. Beberapa perusahaan tidak dapat memaksimalkan tingginya jangkauan media sosial untuk menyebarkan informasi keberlanjutan dan isu lingkungan, lebih fokus ke isu sosial.

No.	Peneliti, Tahun & Judul	Variabel & Metode Penelitian		Hasil Penelitian
		Persamaan	Perbedaan	
			Mei 2022-31 Oktober 2022.	
2	Utaminingsih <i>et al.</i> (2025) <i>The Relationship Digital Literacy Report Disclosure:</i> Jurnal Akuntansi dan Pajak Vol. 25 No. 2	1. Variabel independen profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan <i>social media</i> . 2. Variabel dependen Pengungkapan laporan keberlanjutan. 3. Profitabilitas diukur menggunakan <i>Return on Asset (ROA)</i> . 4. Variabel Ukuran Perusahaan diukur dengan total aset.	1. Variabel moderasi tipe industri. 2. Sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2018-2022 dengan total 128 perusahaan. 3. Metode analisis data <i>Panel Data Regression Test</i> , dan <i>Moderated Regression Analysis (MRA)</i> .	1. Profitabilitas dan media sosial memiliki dampak positif dan signifikan terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan. 2. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan. 3. Variabel moderasi tipe industri tidak memperkuat hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen.
3	Nu <i>et al.</i> (2025) <i>Factors Influencing The Disclosure of Sustainability Reports by Listed Companies on the Vietnamese Stock Market</i>	1. Variabel independen profitabilitas dan ukuran perusahaan. 2. Variabel dependen Pengungkapan laporan keberlanjutan 3. Profitabilitas diukur menggunakan ROA dan Ukuran	1. Variabel independen <i>leverage, industry sector, rate of revenue growth, rate of ownership proportion, foreign ownership proportion</i> , dan <i>fixed asset</i> . 2. Sampel penelitian berjumlah 90 perusahaan dalam <i>Vietnamese Stock</i>	1. Ukuran perusahaan, <i>Business sector</i> dan <i>Fixed asset</i> berpengaruh terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan. 2. Profitabilitas dan <i>Leverage</i> memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan

No.	Peneliti, Tahun & Judul	Variabel & Metode Penelitian		Hasil Penelitian
		Persamaan	Perbedaan	
	<i>Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice</i> Vol. 2 No. 61	Perusahaan diukur menggunakan total aset. 4. Penggunaan metode analisis data regresi.	<i>Exchange</i> periode 2020-2022. 3. Software yang digunakan adalah Stata 17 dengan kombinasi metode penelitian kuantitatif dan Kualitatif.	laporan keberlanjutan. 3. <i>Revenue growth</i> , <i>State ownership ratio</i> , dan <i>Foreign ownership ratio</i> , tidak memiliki hubungan signifikan terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan.
4	Saepudin <i>et al.</i> (2021) <i>Analysis Of Factors Influencing the Sustainability Report Disclosure</i> <i>Turkish Journal of Computer and Mathematics Education</i> Vol. 12 No. 11	1. Variabel independen Ukuran Perusahaan & profitabilitas. 2. Variabel dependen pengungkapan laporan keberlanjutan. 3. Pengukuran profitabilitas menggunakan ROA dan Ukuran Perusahaan menggunakan total aset.	1. Variabel independen <i>board commissioner size</i> , <i>proportion of independent commissioner</i> , dan <i>managerial capital ownership</i> . 2. Sampel penelitian berjumlah 6 perusahaan di sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2015-2019. 3. Metode analisis data menggunakan regresi data panel.	1. <i>Board Commissioners Size</i> , <i>Proportion of Independent Commissioner</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan laporan keberlanjutan. 2. <i>Managerial Capital Ownership</i> dan Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan Laporan Keberlanjutan. 3. Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan Laporan Keberlanjutan.
5	Hidayah & Raihan (2024)	1. Variabel independen profitabilitas & <i>company size</i> .	1. Variabel independen <i>liquidity</i> .	1. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap

No.	Peneliti, Tahun & Judul	Variabel & Metode Penelitian		Hasil Penelitian
		Persamaan	Perbedaan	
	Pengungkapan laporan keberlanjutan of <i>Indonesia Mining Companies</i> <i>Review of Integrative Business and Economics Research</i> Vol. 13 No. 3	2. Variabel dependen pengungkapan laporan keberlanjutan. 3. Menggunakan metode analisis regresi linear berganda. 4. Ukuran Perusahaan menggunakan total aset.	2. Sampel penelitian sejumlah 55 perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2021. 3. Metode pengukuran profitabilitas adalah <i>net profit margin</i>.	Pengungkapan laporan keberlanjutan. 2. Profitabilitas dan <i>Liquidity</i> tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan laporan keberlanjutan.
6	Rahmadhani <i>et al.</i> (2025) <i>Influence of Firm Size and Profitability on Sustainability Report Disclosure in Technology Sector Firms 2022–2024</i> <i>International Economics and Business Conference (IECON)</i> Vol. 3 No. 1	1. Variabel dependen <i>Sustainability Report Disclosure</i>. 2. Variabel independen Ukuran Perusahaan & Profitabilitas. 3. Metode analisis regresi linear berganda. 4. Profitabilitas diukur menggunakan ROA dan Ukuran Perusahaan menggunakan total aset.	1. Sampel penelitian berjumlah 15 perusahaan sektor teknologi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2022-2024. 2. Variabel dependen diukur menggunakan standar GRI 2021.	1. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Pengungkapan laporan keberlanjutan. 2. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan laporan keberlanjutan.

No.	Peneliti, Tahun & Judul	Variabel & Metode Penelitian		Hasil Penelitian
		Persamaan	Perbedaan	
7	Yohana & Suhendah (2023) <i>The Effect of Profitability, Leverage, And Firm Size Sustainability Report Disclosure</i> Jurnal Akuntansi Vol.27 No. 3	1. Variabel dependen <i>Sustainability Report Disclosure</i> . 2. Variabel independen profitabilitas dan ukuran perusahaan. 3. Profitabilitas diukur menggunakan ROA dan Ukuran Perusahaan menggunakan total aset.	1. Variabel independen <i>leverage</i> . 2. Sampel penelitian berjumlah 12 perusahaan sektor kesehatan, energi dan keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2019-2021. 3. Pengolahan data menggunakan EViews (Econometric Views) versi 12.	1. Profitabilitas dan <i>leverage</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan laporan keberlanjutan. 2. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan laporan keberlanjutan.
8	Suroso & Sufiyati (2025) <i>The Effect of Profitability, Liquidity, Leverage, and Firm Age on Sustainability Report: Evidence from Energy and Healthcare Companies Listed on The Indonesia</i>	1. Variabel dependen <i>Sustainability Report Disclosure</i> . 2. Variabel independen profitabilitas dan ukuran perusahaan. 3. Analisis data menggunakan metode regresi linear berganda dengan <i>software</i> SPSS. 4. Profitabilitas diukur menggunakan ROA dan Ukuran	1. Variabel independen <i>liquidity, leverage</i> dan <i>firm age</i> . 2. Sampel yang digunakan berjumlah 44 perusahaan sektor energi dan kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2022-2024. 3. Variabel dependen diukur menggunakan standar GRI.	1. Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan laporan keberlanjutan. 2. <i>Liquidity, Leverage</i> dan <i>Firm Age</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan laporan keberlanjutan.

No.	Peneliti, Tahun & Judul	Variabel & Metode Penelitian		Hasil Penelitian
		Persamaan	Perbedaan	
	<i>Stock Exchange</i> Inovasi Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Vol. 12 No.2	Perusahaan menggunakan total aset.		

Sumber: Dikembangkan dari berbagai penelitian, 2026

2.3 Kerangka Pemikiran

Perspektif dunia bisnis kini bersifat dinamis mendorong kecenderungan perusahaan tidak lagi semata berfokus pada kepentingan *shareholder*, melainkan juga mempertimbangkan kepentingan *stakeholder* yang lebih luas. *Chartered Financial Analyst (CFA) Institute* menemukan bahwa 70% investor global mempertimbangkan faktor lingkungan, sosial dan tata kelola dalam membuat keputusan investasi (Lee *et al.*, 2025). Ditambah lagi dimensi keberlanjutan dalam aktivitas bisnis semakin meluas, mencakup aspek regulasi, investasi, reputasi, hingga faktor pendukung eksistensi. Beberapa studi juga membuktikan bahwa pengungkapan keberlanjutan mampu meningkatkan valuasi pasar dan kinerja keuangan sebagai bentuk keunggulan kompetitif yang ditujukan untuk menarik perhatian *stakeholder* eksternal (Xu *et al.*, 2025).

Kemudahan penyebaran informasi, peningkatan keterjangkauan berita, serta transformasi sarana komunikasi modern menjadi titik balik keterbukaan dalam dunia ekonomi dan bisnis. Susanto *et al.* (2023) dalam Jayasuriya *et al.* (2025) menyatakan bahwa media sosial seperti Instagram, Tiktok, WhatsApp, LinkedIn,

dan Facebook telah memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan ketertarikan pelanggan, tingkat penerimaan, dan citra baik perusahaan. Sejalan dengan proses digitalisasi tersebut, perusahaan memiliki peluang untuk merestrukturisasi strategi organisasi dan mengembangkan aktivitas operasionalnya dalam rangka meningkatkan kualitas dan intensitas pengungkapan laporan keberlanjutan (Kutnjak, 2021).

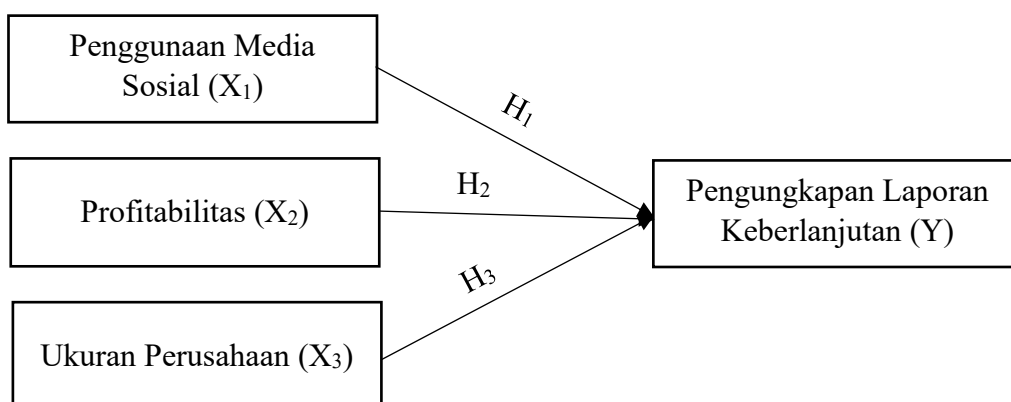
Akses terhadap teknologi serta penyediaan sarana dan prasarana untuk mendukung pengungkapan laporan keberlanjutan, termasuk kualitas sumber daya manusia yang bertanggungjawab atas pelaksanaannya, memerlukan biaya yang cukup material bagi perusahaan. Oleh sebab itu Maryana & Carolina (2021) serta Yohana & Suhendah (2023) dalam Suroso & Sufiyati (2025) mengungkapkan bahwa perusahaan dengan tingkat keuntungan lebih tinggi memiliki kemampuan yang lebih besar untuk melaksanakan aksi keberlanjutan dan inisiatif pengungkapannya. Profitabilitas yang tinggi juga meningkatkan atensi pasar terhadap perusahaan. Hal ini berkesinambungan dengan ketertarikan investor untuk melakukan penanaman dana (Andreas & Chang, 2025).

Masuknya investasi mendorong pengembangan usaha, peningkatan valuasi, dan pada akhirnya memperbesar skala perusahaan. Namun, pertumbuhan ukuran perusahaan tersebut turut meningkatkan tekanan atas tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan, sosial, serta tata kelola perusahaan. Khususnya terkait efektivitas alokasi laba bagi kepentingan *stakeholder* internal maupun eksternal (Mukhibad *et al.*, 2024). Mekanisme hubungan ini mendorong perusahaan berskala

besar memiliki kesadaran yang lebih tinggi akan kebutuhan pengungkapan laporan keberlanjutan guna memenuhi ekspektasi *stakeholder*.

Melalui uraian diatas, dapat diformulasikan kerangka pemikiran dalam penelitian ini. Kerangka pemikiran tersebut memaparkan hubungan antara variabel independen yang terdiri dari penggunaan media sosial, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap variabel dependen yaitu pengungkapan laporan keberlanjutan. Gambar 2.1 di bawah ini menunjukkan hubungan antarvariabel tersebut.

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



Sumber: Data Diolah dari berbagai referensi, 2026

2.4 Hipotesis

2.4.1 Penggunaan media sosial (X₁) Berpengaruh Positif terhadap Pengungkapan Laporan Keberlanjutan Perusahaan (Y)

Media sosial sebagai inovasi teknologi komunikasi merupakan platform yang menggunakan teknologi seluler dan berbasis *website* untuk menyediakan media interaksi antarindividu maupun komunitas dalam berbagi pesan berbentuk tulisan, lisan, gambar, hingga dokumen lainnya (Lodhia *et al.*, 2020). Karakteristik media sosial yang memungkinkan penyampaian informasi secara cepat dan tepat waktu

menjadikannya sarana komunikasi yang relevan bagi perusahaan dalam menyampaikan berbagai bentuk informasi. Keperluan perusahaan untuk memanfaatkan media sosial, khususnya dalam mengomunikasikan isu lingkungan, sosial, dan tata kelola, didorong oleh tingginya minat pemangku kepentingan dalam memproses informasi melalui media sosial (Indonesia Stock Exchange, 2022).

Berdasarkan rangkuman penelitian dalam Lodhia *et al.* (2020), perusahaan dewasa ini semakin memanfaatkan media sosial sebagai saluran untuk menyebarkan informasi keberlanjutan guna menjangkau pemangku kepentingan secara *real time*. Melalui media ini, keterlibatan pemangku kepentingan dapat terbangun secara lebih nyata melalui komunikasi yang berkelanjutan terkait progres, pencapaian, dan tujuan perusahaan. Secara luas, pemangku kepentingan semakin berfokus pada dampak kegiatan usaha perusahaan terhadap aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola secara berkelanjutan. Berdasarkan *stakeholder theory*, keberadaan media sosial sebagai saluran komunikasi publik meningkatkan tingkat visibilitas perusahaan serta sorotan publik terhadap aktivitas usaha yang dijalankan.

Hogarth *et al.* (2025) mengungkapkan bahwa perusahaan sulit mempertahankan keberlangsungan usahanya dalam jangka panjang tanpa memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi dengan *stakeholder*. Penggunaan media sosial membentuk pola persepsi dan perilaku pemangku kepentingan melalui informasi yang disampaikan perusahaan, sekaligus memperluas ruang keterbukaan yang dapat memperkuat kepercayaan terhadap transparansi bisnis (Gupta *et al.*, 2021). Oleh karena itu, upaya menjaga

akuntabilitas perusahaan di hadapan pemangku kepentingan, baik pemegang saham, pemerintah, masyarakat, maupun karyawan, menjadi bagian dari strategi perusahaan dalam mengelola risiko reputasi melalui pengungkapan informasi yang memadai.

Perkembangan penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi perusahaan dengan pemangku kepentingan menunjukkan tren yang semakin meningkat. Sejumlah penelitian menemukan bahwa penggunaan media sosial memiliki potensi besar dalam menjangkau keterlibatan *stakeholder* serta mendukung penyampaian informasi keberlanjutan perusahaan (Hogarth *et al.*, 2025). Namun demikian, sebagian perusahaan belum memaksimalkan penggunaan media sosial secara strategis dan konsisten dalam konteks pengungkapan informasi keberlanjutan. Oleh karena itu, efektivitas dan intensitas penggunaan media sosial dipandang sebagai faktor yang berpotensi mempengaruhi tingkat pengungkapan laporan keberlanjutan perusahaan. Berdasarkan temuan empiris terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan perusahaan.

2.4.2 Profitabilitas (X₂) Berpengaruh Positif terhadap Pengungkapan Laporan Keberlanjutan Perusahaan (Y)

Profitabilitas didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya untuk menghasilkan keuntungan, yang sekaligus mencerminkan efektivitas kinerja manajemen perusahaan (Barandica *et al.*, 2025). Tingkat profitabilitas yang tinggi memberikan fleksibilitas

finansial bagi perusahaan dalam mengalokasikan laba tidak hanya untuk kepentingan pemegang saham, tetapi juga untuk mendukung inisiatif yang berkaitan dengan kesejahteraan karyawan, tanggung jawab lingkungan, dan kontribusi sosial. Peningkatan profitabilitas sebagai salah satu tujuan utama organisasi berimplikasi pada meningkatnya nilai perusahaan dan kepuasan pemegang saham atas pengembalian investasi yang diperoleh (Hidayah & Raihan, 2024). Kondisi tersebut mendorong perusahaan untuk menjaga reputasi dan legitimasi di hadapan pemangku kepentingan, salah satunya melalui peningkatan transparansi dan pengungkapan informasi keberlanjutan.

Pengungkapan laporan keberlanjutan dalam ruang lingkup *stakeholder theory* merupakan bentuk pengungkapan yang semakin mendapat perhatian dari pemangku kepentingan seiring meningkatnya tuntutan atas transparansi dan akuntabilitas perusahaan. Keterbatasan pengungkapan aktivitas perusahaan dalam aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola berpotensi menimbulkan ketidakpuasan pemangku kepentingan serta melemahkan legitimasi perusahaan (Hörisch *et al.*, 2020). Sebagai entitas yang memperoleh manfaat ekonomi dari aktivitas yang melibatkan berbagai pihak, pemangku kepentingan bertujuan untuk mengawal alokasi keuntungan perusahaan agar tepat sasaran dan memenuhi tanggung jawab perusahaan. Selain itu, pengungkapan laporan keberlanjutan memerlukan dukungan sumber daya yang memadai, tidak hanya dalam pelaksanaan aktivitas keberlanjutan, tetapi juga dalam proses dokumentasi dan pelaporannya.

Rahmadahani *et al.* (2025) dalam penelitiannya beranggapan bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi dan stabil cenderung memiliki

sumber daya yang lebih longgar untuk dialokasikan pada aktivitas non-operasional, termasuk pengungkapan laporan keberlanjutan. Ketersediaan sumber daya tersebut memungkinkan perusahaan untuk membangun struktur dan sistem yang lebih baik dalam pengelolaan isu keberlanjutan, seperti peran *chief sustainability officer*, yang pada akhirnya mendukung pemenuhan legitimasi pasar. Pengungkapan keberlanjutan yang lebih baik dipandang sebagai strategi untuk meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan dan berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan (Xu *et al.*, 2025).

Beberapa penelitian terdahulu, salah satunya Suroso & Sufiyati (2025) membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan. Penelitian yang dilakukan pada perusahaan sektor energi dan kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2022–2024 tersebut memperkuat dan memperbarui argumen bahwa organisasi dengan profitabilitas yang kuat memiliki kapasitas sumber daya yang memadai untuk melaksanakan pengungkapan laporan keberlanjutan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini disusun hipotesis sebagai berikut:

H₂: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan perusahaan.

2.4.3 Ukuran Perusahaan (X₃) Berpengaruh Positif terhadap Pengungkapan Laporan Keberlanjutan Perusahaan (Y)

Suatu ukuran yang digunakan untuk merepresentasikan skala usaha perusahaan ke dalam usaha berskala kecil atau besar, yang ditentukan melalui sejumlah indikator seperti total aset, total ekuitas, nilai pasar saham, total penjualan

serta jumlah karyawan, disebut ukuran perusahaan (Yohana & Suhendah, 2023). Perusahaan dengan ruang lingkup usaha yang lebih luas umumnya memiliki sistem operasional yang lebih kompleks, sehingga menghasilkan dampak lingkungan, sosial, serta tata kelola usaha yang lebih besar. Aktivitas operasional tersebut dapat berkontribusi secara positif maupun meningkatkan potensi dampak negatif terhadap lingkungan dan kehidupan sosial masyarakat di sekitarnya (Mukhibad *et al.*, 2024).

Selaras dengan meningkatnya skala dan visibilitas perusahaan di hadapan publik, komitmen serta pertanggungjawaban perusahaan juga berkembang. Mengingat investor dan pemangku kepentingan lainnya telah memberikan kepercayaan yang lebih besar melalui investasi maupun hubungan kerja sama (Fadilla *et al.*, 2021; Handayani *et al.*, 2019). Berdasarkan teori *stakeholder* perusahaan dengan skala yang besar cenderung berada di bawah sorotan publik yang lebih tinggi, sehingga aktivitas usahanya diharapkan selaras dengan nilai, norma, serta peraturan yang berlaku (Mukhibad *et al.*, 2024). Investor pada umumnya lebih tertarik menempatkan dana pada perusahaan yang beroperasi secara legal, transparan, dan bertanggung jawab terhadap aspek lingkungan dan sosial guna menjaga citra serta keberlanjutan usaha.

Akar persoalan ini membawa perusahaan untuk melakukan pengungkapan pelaporan keberlanjutan secara konsisten dan terstandar untuk menjembatani kesenjangan antara operasional perusahaan dengan ekspektasi *stakeholder* (Rahmadahani *et al.*, 2025). Perubahan kesadaran global akan krusialnya isu lingkungan, sosial, dan tata kelola perusahaan telah mereformulasikan standar pelaporan perusahaan, hingga munculnya berbagai regulasi yang menuntut

transparansi laporan keberlanjutan. Ukuran perusahaan turut menjadi pertimbangan *stakeholder* dalam memberikan pengawasan terhadap perusahaan, sehingga pengungkapan laporan keberlanjutan menjadi hal yang penting bagi perusahaan dalam memenuhi kepentingan *stakeholder* yang semakin meluas (Suroso & Sufiyati, 2025).

Ukuran perusahaan merupakan salah satu variabel yang banyak digunakan dalam penelitian untuk mengkaji pengaruhnya terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan. Walaupun penelitian sebelumnya memberikan hasil yang bervariasi antar konteks dan sektor, Hidayah & Raihan (2024) dalam penelitiannya terhadap perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2021 membuktikan bahwa ukuran perusahaan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan. Merujuk pada temuan penelitian tersebut, hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H₃: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan laporan Keberlanjutan perusahaan.