

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan meningkatnya keprihatinan terhadap lingkungan, sosial, dan tata kelola perusahaan, pelaporan keberlanjutan telah menjadi bagian integral dari strategi komunikasi perusahaan (Du Toit, 2024). *The OECD Global Corporate Sustainability Reporting* menunjukkan bahwa secara global, terjadi tren peningkatan pengungkapan kinerja keberlanjutan oleh perusahaan. Pada tahun 2022, sekitar 9.600 perusahaan dari 43.790 perusahaan publik dunia yang mewakili USD 85 triliun dari total kapitalisasi pasar global telah mengungkapkan informasi keberlanjutan mereka. Lebih dari 77% kapitalisasi pasar global juga melaporkan emisi gas rumah kaca (OECD, 2024). Sekitar dua pertiga perusahaan memperoleh *assurance* eksternal atas laporan keberlanjutannya dan di Eropa, 70% perusahaan bahkan menggunakan auditor keuangan yang sama untuk menjamin laporan tersebut. Di sisi tata kelola, lebih dari separuh kapitalisasi pasar dunia memiliki komite khusus yang melapor langsung ke dewan direksi untuk mengawasi risiko dan peluang keberlanjutan, sementara 60-80% perusahaan besar telah mengaitkan kompensasi eksekutif dengan indikator keberlanjutan (OECD, 2024). Peningkatan ini membuktikan bahwa secara global isu sosial, lingkungan, dan tata kelola menjadi bagian penting dalam proses bisnis.

Di Indonesia, 882 perusahaan publik atau 94% dari jumlah tercatat di BEI pada Desember 2024, telah menerbitkan *Sustainability Report* untuk tahun pelaporan 2023 (Bursa Efek Indonesia, 2025). Hal ini sejalan dengan kebijakan pemerintah Indonesia melalui Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang menerbitkan POJK No.51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi lembaga jasa keuangan, emiten, dan perusahaan publik. POJK No.51 tahun 2017 menetapkan prinsip-prinsip investasi, bertanggung jawab, dan mengharuskan perusahaan menyusun Rencana Aksi Keuangan Berkelanjutan serta melaporkan kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan mereka melalui Laporan Berkelanjutan (OJK, 2017).

Namun, kewajiban emiten dan perusahaan publik dalam pengungkapan laporan keberlanjutan masih belum sepenuhnya terpenuhi. Susanto dan Sulistiowati (2022) menemukan bahwa kondisi ini disebabkan oleh dua faktor utama. Pertama, emiten menghadapi kendala dalam penerapan POJK No.51 Tahun 2017 selama pandemi Covid-19, seperti terganggunya aktivitas operasional, terbatasnya akses mobilitas, kesulitan koordinasi dalam proses penyusunan, serta fakta bahwa laporan keberlanjutan merupakan hal baru bagi sebagian emiten. Kedua, kebijakan relaksasi dari OJK yang memperbolehkan penundaan penyampaian Laporan Keberlanjutan turut mempengaruhi rendahnya tingkat kepatuhan karena kebijakan tersebut dimaksudkan untuk menjaga stabilitas pasar modal di tengah tekanan pandemi.

Adhariani & Du Toit (2020) menemukan pada tahun 2017, hanya sekitar 30% perusahaan publik besar di Indonesia yang menerbitkan laporan keberlanjutan, sementara sisanya belum terlibat dalam pelaporan non-keuangan. Temuan serupa dari Mutiha (2022) menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan sukarela sebelum 2020 masih rendah dibandingkan total emiten di Bursa Efek Indonesia. Kondisi ini menunjukkan bahwa pada tahap awal, pelaporan keberlanjutan masih bersifat sukarela, entitas yang baru mulai menyiapkan laporan keberlanjutan sebelum kewajiban pelaporan diterapkan secara luas.

Sebagai respon terhadap gangguan pandemi Covid-19, OJK mengeluarkan Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia No.20/SEOJK.04/2021 tentang Kebijakan Stimulus dan Relaksasi Ketentuan Terkait Emiten atau Perusahaan Publik dalam Menjaga Kinerja dan Stabilitas Pasar Modal Akibat Penyebaran Corona Virues Disease 2019 (OJK, 2021). Kebijakan ini memberikan perpanjangan waktu penyampaian laporan berkala, termasuk laporan tahunan dan berkelanjutan selama dua bulan dari batas waktu normal. Dengan demikian, perusahaan yang memiliki kendala dalam mengungkapkan keberlanjutan memperoleh kelonggaran waktu dan fleksibilitas dalam penyusunan laporan mereka.

Susanto dan Sulistiowati (2022) menyatakan bahwa relaksasi ini mendorong beberapa perusahaan untuk mulai menyiapkan laporan keberlanjutan setelah sebelumnya menghadapi kendala operasional akibat pandemi. Perusahaan-

perusahaan ini baru pertama kali dan secara resmi terlibat dalam pelaporan keberlanjutan. Hal ini yang menjadi alasan tingkat pengungkapan keberlanjutan di Indonesia meningkat secara signifikan.

Meskipun perusahaan semakin banyak mengadopsi pelaporan keberlanjutan, alasan di balik tindakan keberlanjutan mereka masih menjadi persoalan yang belum teratasi (Sagita, 2025). Menurut Sandberg & Holmlund (2015), perusahaan memiliki motivasi yang kuat mengungkapkan pelaporan perusahaan secara umum dan pelaporan keberlanjutan secara khusus adalah untuk menggunakan strategi manajemen impresi. Perusahaan seringkali menggunakan manajemen impresi untuk memproyeksikan citra positif terkait performa sosial dan lingkungan mereka dalam pelaporan keberlanjutan (Cho et al., 2024). Ini sejalan dengan strategi serupa yang digunakan dalam pengungkapan performa keuangan di laporan tahunan (Iazzi et al., 2025).

Manajemen impresi pertama kali diperkenalkan oleh Goffman (1959), yang mengacu pada upaya individu untuk mengatur cara mereka mempresentasikan diri guna menciptakan citra yang positif. Dalam konteks perusahaan, *impression management* mencakup strategi yang digunakan oleh manajemen untuk menampilkan gambaran atas peristiwa ekonomi, dengan tujuan memperoleh keuntungan sosial maupun material, serta menghindari potensi sanksi dalam penyampaian informasi keberlanjutan (Merkl-Davies et al., 2011).

Mansurov et al. (2023) mengungkapkan, bahwa praktik manajemen impresi awalnya ditemukan dalam laporan tahunan, di mana manajemen memanfaatkan bahasa naratif, pilihan kata, dan penekanan visual untuk membentuk pandangan pemangku kepentingan terhadap performa perusahaan. Strategi tersebut diterapkan ketika perusahaan menghadapi tekanan performa atau kondisi finansial yang memburuk karena manajemen berupaya mengalihkan fokus dari hasil keuangan yang merugikan melalui penyusunan komunikasi yang lebih optimis (Pasko et al., 2020).

Dengan berkembangnya praktik nonfinansial, manajemen impresi kini juga merambah ke laporan keberlanjutan, yang biasanya lebih bersifat naratif dan kurang teregulasi dibandingkan dengan laporan finansial (Blanco-Zaitegi et al., 2024).

Selain itu, perusahaan juga menggunakan teknik visual seperti pemilihan diagram dan gambar untuk menimbulkan pandangan tentang keberhasilan dan lingkungan (Anantharaman et al., 2020).

Fenomena ini mengindikasikan bahwa manajemen impresi adalah strategi komunikasi perusahaan yang diterapkan untuk menjaga legitimasi dalam mengungkapkan keberlanjutan, terutama saat kinerja perusahaan tidak sepenuhnya sesuai dengan pemangku kepentingan. Hal ini memicu perusahaan untuk menerapkan strategi manajemen impresi karena dorongan untuk menjaga kepercayaan pasar (Pasko et al., 2020).

Di Indonesia, isu mengenai praktik manajemen impresi dalam pengungkapan keberlanjutan semakin relevan, khususnya pada perusahaan yang melakukan adopsi perdana pengungkapan keberlanjutan<sup>1</sup>. Setelah berakhirnya masa relaksasi pasca pandemi, perusahaan yang baru pertama kali melaporkan keberlanjutan harus membangun kredibilitas awal di hadapan pemangku kepentingan, sehingga mendorong perusahaan untuk menonjolkan pesan positif sebagai bentuk legitimasi. Selain itu, perusahaan dengan kondisi kinerja keuangan yang berlawanan menghadapi risiko legitimasi yang lebih besar dan memiliki insentif lebih kuat untuk menggunakan praktik manajemen impresi dalam pengungkapan keberlanjutan (Monteiro & Gonçalves, 2025). Hal ini sejalan dengan temuan Malumbeke & Kasingku (2022) yang menunjukkan bahwa kinerja laba dan arus kas operasi dapat memprediksi risiko kesulitan keuangan perusahaan. Jika perusahaan mengalami perbedaan yang berlawanan antara kinerja laba dan arus kas operasinya, hal ini dapat memengaruhi persepsi pemangku kepentingan. Kondisi ini menyebabkan perusahaan lebih sensitif terhadap tekanan legitimasi dan mendorong penggunaan narasi positif sebagai bentuk manajemen impresi untuk membangun kredibilitas di hadapan pemangku kepentingan.

---

<sup>1</sup> Perusahaan yang baru mengungkapkan laporan keberlanjutan setelah diberlakukannya kembali kewajiban pelaporan melalui SEOJK No.20/SEOJK.04/2021 tentang relaksasi bagi perusahaan untuk mengungkapkan informasi keberlanjutan pasca pandemi covid-19 dengan memberikan perpanjangan waktu penyampaian laporan tahunan dan berkelanjutan selama dua bulan dari batas waktu normal

Penelitian ini menggabungkan antara penelitian Iazzi et al. (2025) dan Pasko et al. (2020). Iazzi et al. (2025) menunjukkan adanya strategi manajemen impresi yang dipicu oleh regulasi kewajiban pengungkapan keberlanjutan. Hal ini menyebabkan perubahan sifat pengungkapan dari yang semula bersifat sukarela menjadi lebih terstruktur, asertif, dan berorientasi kinerja untuk mempertahankan legitimasi perusahaan. Selain itu, Pasko et al. (2020) menemukan bahwa perusahaan dengan kinerja keuangan yang buruk cenderung menggunakan narasi berorientasi ke depan. Strategi ini dilakukan dengan menekankan rencana dan prospek masa depan perusahaan sebagai upaya untuk mengaburkan fokus pembaca dari kondisi kinerja keuangan saat ini yang tidak menguntungkan. Sebaliknya, perusahaan dengan kinerja keuangan yang baik lebih menekankan pada capaian dan kondisi keuangan masa kini tanpa perlu memperluas narasi ke masa depan secara berlebihan. Meskipun studi mengenai manajemen impresi telah banyak dilakukan, masih terdapat keterbatasan kajian yang secara spesifik mengintegrasikan kedua perspektif tersebut dalam pendekatan kualitatif pada perusahaan yang baru pertama kali mengadopsi laporan keberlanjutan di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penelitian ini berupaya untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai strategi manajemen impresi pada narasi laporan keberlanjutan yang digunakan sebagai instrumen strategis dalam mengonstruksi legitimasi awal perusahaan, khususnya pada perusahaan yang melakukan adopsi perdana pengungkapan keberlanjutan dengan kondisi laba dan arus kas operasi berlawanan<sup>2</sup>. Fokus pada perusahaan yang baru mengadopsi pengungkapan keberlanjutan menjadi sangat penting karena fase ini berlangsung dalam masa transisi pasca-pandemi covid-19. Pada tahap ini, perusahaan harus beradaptasi kembali setelah kebijakan relaksasi yang mewajibkan pengungkapan keberlanjutan, sehingga mendorong upaya perusahaan untuk membangun citra positif guna memperoleh legitimasi awal. Dorongan ini semakin relevan ketika perusahaan memiliki kondisi *earning before interest and tax* positif namun *operating cash flow* negatif, atau sebaliknya yang berpotensi menimbulkan

---

<sup>2</sup> Istilah berlawanan dalam penelitian ini merujuk pada kondisi di mana perusahaan melaporkan *earning before interest and tax* (EBIT) positif namun *operating cash flow* (OCF) negatif, atau *earning before interest and tax* (EBIT) negatif namun *operating cash flow* (OCF) positif di tahun pelaporan yang sama, dalam rentang waktu pada tahun 2022-2023.

keraguan pemangku kepentingan terhadap kualitas kinerja perusahaan. Penelitian ini menggunakan perspektif manajemen impresi untuk menganalisis bagaimana pengungkapan perusahaan yang melakukan adopsi perdana pengungkapan keberlanjutan dengan kondisi *earning before interest and tax* (EBIT) dan *operating cash flow* (OCF) yang berlawanan tidak hanya berfungsi sebagai sarana akuntabilitas, tetapi juga sebagai upaya simbolik manajemen dalam mempertahankan legitimasi dan membentuk citra positif. Objek penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2022-2023, yang dipilih karena kewajiban pengungkapan keberlanjutan sudah sepenuhnya diimplementasikan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menganalisis laporan keberlanjutan terkait praktik manajemen impresi menggunakan alat analisis NVivo untuk mengidentifikasi pola dan frekuensi kata guna mengungkap praktik manajemen impresi secara lebih mendalam.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana strategi manajemen impresi dalam laporan keberlanjutan diterapkan oleh perusahaan pada adopsi perdana pengungkapan keberlanjutan, terutama saat menghadapi kondisi *earning before interest and tax* (EBIT) positif dengan *operating cash flow* (OCF) negatif, atau *earning before interest and tax* (EBIT) negatif dengan *operating cash flow* (OCF) positif?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis penerapan strategi manajemen impresi dalam laporan keberlanjutan pada perusahaan yang melakukan adopsi perdana pengungkapan keberlanjutan, khususnya pada kondisi *earning before interest and tax* (EBIT) positif dengan *operating cash flow* (OCF) negatif, maupun kondisi *earning before interest and tax* (EBIT) negatif dengan *operating cash flow* (OCF) positif.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam memahami strategi manajemen impresi yang diterapkan oleh perusahaan pada adopsi perdana

pengungkapan keberlanjutan, khususnya bagi perusahaan yang menghadapi kondisi *earning before interest and tax* (EBIT) bernilai positif dan *operating cash flow* (OCF) bernilai negatif, maupun sebaliknya. Secara teoritis, penelitian ini memberikan wawasan mengenai bagaimana narasi keberlanjutan digunakan untuk membentuk persepsi positif di mata pemangku kepentingan melalui strategi komunikasi yang terstruktur. Pengungkapan tersebut mencakup penggunaan bahasa yang bersifat optimis, penekanan berlebih pada aktivitas berorientasi lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG), serta upaya simbolik lainnya untuk memperkuat legitimasi dan citra perusahaan di tengah kinerja keuangan yang kurang memuaskan. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat membantu para investor dan regulator agar lebih kritis dalam mengevaluasi laporan keberlanjutan, sehingga informasi yang disajikan tidak hanya sekedar alat untuk mengalihkan perhatian dari kondisi keuangan yang sebenarnya.

### **1.5. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan penelitian ini disusun berdasarkan penulisan yang telah ditentukan dan sebagai dasar untuk membahas rumusan masalah yang telah dirumuskan, maka sistematika dalam penelitian ini terdiri dari lima bab yaitu:

**BAB I: PENDAHULUAN**

BAB I memuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan yang menggambarkan secara umum dari inti penelitian secara keseluruhan. Bab ini memberikan gambaran secara umum isu keseluruhan dari penelitian ini.

**BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

BAB II memuat konsep-konsep dasar dan landasan teori yang mendukung penelitian, serta penelitian terdahulu yang terkait.

**BAB III: METODOLOGI PENELITIAN**

BAB III memuat jenis penelitian, ruang lingkup penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, dan pengolahan data.

**BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN**

BAB IV menjabarkan hasil penelitian yaitu tentang strategi manajemen impresi pada laporan keberlanjutan yang diungkapkan oleh perusahaan.

**BAB V: PENUTUP**

BAB V memuat tentang kesimpulan yang di dapat dari hasil penelitian, implikasi, dan keterbatasan penelitian serta saran yang dianggap berguna bagi penelitian selanjutnya.

