

Pengaruh Kepemilikan Manajerial, *Media Visibility* dan Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan *Sustainability Report* pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018 – 2022

Elvitra Faradea Tyasa^{1*}, Salma Taqwa²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia

*Korespondensi: dea.tyasa@gmail.com

Abstract

The primary objective of this study is to investigate how sustainability report disclosure is influence by factors such as managerial ownership, media visibility, and the age of the company. The study relies on data extracted from annual and sustainability reports of firms that are publicly listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) during the years 2018 to 2022. The research employs purposive sampling, involving the selection of 45 companies within the 2018-2022 time frame. To test the hypotheses, the study utilizes multiple linear regression analysis. The research findings indicate that managerial ownership significantly enhances sustainability report disclosure, media visibility has no discernible impact on sustainability report disclosure, and company age has a noteworthy positive effect on sustainability report disclosure.

Keywords: *managerial ownership; media visibility; company age; sustainability report disclosure.*

How to cite

Tyasa, E, F., Taqwa, S. (2023). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Media Visibility dan Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan *Sustainability Report* pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2018 – 2022. *Nuansa Karya Akuntansi*, 1(3), 287-299. DOI: <https://doi.org/10.24036/jnka.v1i3.41>



This is an open access article distributed under the [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Seiring berjalannya waktu, perusahaan kini tidak hanya bertujuan untuk meraih keuntungan semata, melainkan juga untuk membangun kepercayaan dalam masyarakat (*people*) dan menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Konsep ini dikenal sebagai *Triple – P Bottom Line*, yang mengindikasikan bahwa tujuan perusahaan tidak terbatas pada laba semata, melainkan juga pada kesejahteraan masyarakat dan pelestarian lingkungan sekitar (Fatchan & Trisnawati, 2018). Konsep *3P* ini dinilai dapat menjadi pedoman bagi perusahaan agar melaksanakan tanggungjawab perusahaan terhadap aspek sosial.

Sesuai regulasi yang dibuat pemerintah yaitu UU Nomor 40 tahun 2007 Pasal 74 Ayat (1) yang berbunyi “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan” (UU RI, 2007). Selain itu juga ada Peraturan Pemerintah Nomor 74 tahun 2012

tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas yang mana merupakan peraturan pelaksana dari pasal 74 UU PT, Pasal 4 Ayat (1) PP Nomor 47 Tahun 2012 menyebutkan “tanggung jawab sosial dan lingkungan dilaksanakan oleh direksi berdasarkan rencana kerja tahunan perseroan setelah mendapat persetujuan dewan komisaris atau RUPS sesuai dengan anggaran perseroan, kecuali ditentukan lain dalam peraturan perundang-undangan” (PP RI, 2012).

Walaupun terdapat regulasi yang mengatur tentang tanggung jawab perusahaan untuk ketiga aspek tersebut, masih banyak perusahaan yang memberikan dampak negatif terhadap lingkungan, dimulai dari kasus pencemaran sungai Malinau oleh PT Kayan Putra Utama Coal (KPUC) di Malinau, Kalimantan Utara pada tahun 2021, tanggul kolam Lembah jebol dan mencemari Sungai Malinau dan Sesayap (Responsi Bank Indonesia, 2021). Kasus lain yang terjadi pada tahun 2021 yaitu PT Pajitex yang menjadi sorotan karena masalah pencemaran lingkungan. Perusahaan ini menyebabkan keluarnya asap dan debu batubara dari cerobong mereka, yang berdampak buruk pada lingkungan sekitarnya. Selain itu, suara bising mesin mereka juga mengganggu warga sekitar (Wahana Lingkungan Hidup Indonesia, 2022).

Kasus-kasus tersebut mengindikasikan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan masih tergolong rendah. Diperlukannya transparansi informasi bagaimana perusahaan mengelola perusahaannya. *Sustainability report* merupakan salah satu pilihan yang digunakan untuk menyampaikan informasi sosial perusahaan. *Sustainability report*, sesuai dengan Standar GRI, ialah praktik dimana organisasi secara jujur dan terbuka melaporkan mengenai dampak ekonomi, lingkungan, dan/atau sosial yang ditimbulkannya. Laporan ini juga mencakup kontribusi perusahaan, baik yang bersifat positif maupun negatif, terhadap pembangunan berkelanjutan.

Sustainability Report dirancang sebagai alat yang membantu bisnis merencanakan, mempersiapkan, melaporkan dan penyajian informasi mengenai komitmen, implementasi, pengukuran, presentasi dan pertanggungjawaban terkait kinerja manajemen ekonomi, sosial dan lingkungan (Maryana & Carolina, 2021). Ruhana & Hidayah (2020) menjelaskan bahwa pengungkapan *sustainability report* bertujuan sebagai informasi pendukung terkait aktivitas bisnis dan mengirim sinyal kepedulian kepada pemangku kepentingan perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan.

Perusahaan yang dinamis akan mendengarkan kepentingan pemangku kepentingan atau investor dan menaruh perhatian pada lingkungan dan masyarakat. Untuk menanggapi permintaan pemangku kepentingan, perusahaan harus bertindak dengan tanggung jawab yang penuh atas kinerja yang berhubungan dengan lingkungan (Ariyani & Hartomo, 2018). Namun situasi saat ini yang masih dalam pemulihan setelah covid-19 di Indonesia menjadi tantangan tersendiri untuk pembangunan berkelanjutan dan pertumbuhan ekonomi karena dampak dari covid-19 yang mengakibatkan meningkatnya kemiskinan dan ketimpangan.

Terdapat banyak elemen yang dapat mempengaruhi pengungkapan *sustainability report*, akan tetapi pada riset ini peneliti menggunakan kepemilikan manajerial, *media visibility* dan umur perusahaan. Variabel-variabel tersebut dipilih karena terdapat *research gap* antara variabel-variabel tersebut dengan pengungkapan *sustainability report*, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Kholmi & Nizzam Zein Susadi (2021), Oktafianti & Rizki (2020), Raquiba & Ishak (2020) dan Zouari & Dhifi (2022) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial mempengaruhi pengungkapan *sustainability report*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Latifah et al. (2019) dan Mujiani & Nurfitri (2020) menjelaskan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Penelitian yang dilakukan oleh Lodhia et al. (2020) dan Raquiba & Ishak (2020) menyatakan bahwa visibilitas media berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Manetti & Bellucci (2016) dan Maryana & Carolina (2021) menjelaskan bahwa *media visibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap

pengungkapan *sustainability report*. Penelitian yang dilakukan Maryana & Carolina (2021), Alotaibi (2020) dan Orazalin & Mahmood (2018) menjelaskan bahwa umur perusahaan berpengaruh dan signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Orazalin & Mahmood (2019) menjelaskan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*.

Disebabkan itu peneliti memodifikasi variabel dan tahun penelitian yang digunakan oleh (Maryana & Carolina, 2021). Variabel yang dipakai kembali di riset ini adalah *media visibility* dan umur perusahaan. Di penelitian sebelumnya tahun penelitiannya adalah tahun 2014 – 2018, namun pada riset ini digunakan tahun 2018-2022. Di penelitian ini dilakukan pengurangan variabel di penelitian Maryana & Carolina (2021) yaitu variabel ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas dikarenakan variabel tersebut telah sering diteliti oleh peneliti sebelumnya. Selain itu peneliti menambahkan variabel independen yaitu kepemilikan manajerial yang merujuk pada penelitian (Raquiba & Ishak, 2020).

Pengungkapan *sustainability report* di Indonesia tergolong rendah. Hal ini berdasarkan temuan Indrianingsih & Agustina (2020) yang meneliti perusahaan non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2013 – 2017. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan rata-rata hanya 35,59%. Temuan lain oleh Aulia Indy et al. (2022) yang meneliti perusahaan sektor pertambangan dan sektor industri dasar dan kimia yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019. Temuannya adalah rata-rata pengungkapan *sustainability report* yaitu sebesar 17,32%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan *sustainability report* di Indonesia relatif cukup rendah. Oleh karena itu, peneliti ingin melakukan pengujian kembali terkait variabel-variabel yang mempengaruhi pengungkapan *sustainability report*.

Penelitian ini mencoba untuk mengkombinasikan riset yang dilaksanakan Maryana & Carolina (2021) dan Raquiba & Ishak (2020). Pada penelitian Maryana & Carolina (2021) dipilih variabel *media visibility* dan umur perusahaan. Sedangkan pada penelitian Raquiba & Ishak (2020) dipilih variabel kepemilikan manajerial. Tujuan riset yang dilakukan adalah untuk melihat pengaruh kepemilikan manajerial, *media visibility* dan umur perusahaan terhadap pengungkapan *sustainability report*.

REVIU LITERATUR DAN HIPOTESIS

Teori *Stakeloders*

Teori stakeholder diperkenalkan pertama oleh Freeman (1994) yang mengemukakan bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab untuk memberikan manfaat kepada para stakeholdersnya, bukan hanya kepentingan internalnya (Ghozali, 2020). Dengan kata lain, keberadaan sebuah perusahaan sangat bergantung pada tingkat dukungan yang diterima dari pemangku kepentingannya terhadap perusahaan tersebut. Perusahaan akan secara sukarela mengkomunikasikan informasi mengenai kegiatan sosial dan lingkungan perusahaan yang dilakukan untuk memenuhi harapan dan kepentingan para pemangku kepentingannya.

Teori Legitimasi

Menurut Ghozali (2020) teori legitimasi menyiratkan bahwa organisasi selalu berusaha untuk memastikan bahwa mereka diakui dan diterima sebagai entitas yang melaksanakan operasi sesuai dengan batas dan norma masyarakat di lingkungan mereka. Legitimasi dari masyarakat memiliki peranan penting bagi perkembangan bisnis perusahaan di masa depan. Legitimasi dapat berfungsi sebagai sarana untuk membangun dasar yang kuat bagi perusahaan, terutama ketika upaya dilakukan untuk menempatkan perusahaan dalam citra yang positif di mata masyarakat. Teori legitimasi menggambarkan bahwa organisasi akan secara proaktif berusaha untuk memastikan bahwa kegiatan mereka berada dalam

kerangka kerja dan standar yang berlaku di perusahaan serta sesuai dengan nilai yang diterima oleh masyarakat. Hal ini dilakukan dalam upaya untuk memperoleh legitimasi yang diperlukan (Ruhana & Hidayah, 2020).

Pengungkapan *Sustainability Report*

Sustainability report, sesuai dengan Standar GRI, adalah praktik dimana organisasi dengan jujur melaporkan tentang dampak ekonomi, lingkungan, dan/atau sosial yang ditimbulkannya. Laporan ini juga mencakup kontribusi perusahaan, baik yang bersifat positif maupun negatif, terhadap pembangunan berkelanjutan. Sustainability Report membantu perusahaan dalam menentukan target, mengukur kinerja, dan mengelola perubahan dengan tujuan menciptakan operasi yang lebih berkelanjutan. Laporan ini menyajikan informasi yang mengungkapkan dampak perusahaan terhadap lingkungan, masyarakat, dan ekonomi, baik yang bersifat positif maupun negatif. Dalam upaya mencapai hal tersebut, sustainability report mengubah gagasan yang abstrak menjadi informasi yang lebih konkret, sehingga memberikan bantuan dalam pemahaman dan pengelolaan dampak pembangunan berkelanjutan dalam aktivitas dan perencanaan perusahaan.

Kepemilikan Manajerial

Menurut (Mujiani & Nurfitri, 2020) kepemilikan manajerial merujuk pada kondisi di mana manajer perusahaan juga memiliki saham perusahaan dan secara aktif terlibat proses pengambilan keputusan. Kepemilikan manajerial merupakan manajer yang memiliki kekuatan dalam pengambilan keputusan dalam perusahaan.

Media Visibility

Salah satu cara perusahaan untuk memberikan informasi keberlanjutan perusahaannya kepada publik yaitu melalui media. Media disini dapat berupa platform daring dan jejaring sosial. Platform daring memiliki peran penting dalam mengungkapkan tindakan perusahaan terkait dengan aspek ekonommi, lingkungan, dan sosial (Tizmi et al., 2022). *Media visibility* adalah istilah yang mengacu pada transparansi informasi perusahaan dan tujuannya untuk dikenal oleh publik serta berkomunikasi dengan investor (Humanitisri & Ghozali, 2019).

Umur Perusahaan

Umur perusahaan dapat diketahui dari jumlah tahun berdirinya sebuah perusahaan. Perusahaan yang telah berdiri dan mapan dalam jangka waktu yang lama cenderung memiliki tingkat kematangan dalam pengungkapan keberlanjutan, karena mereka memiliki pengalaman pelaporan yang lebih panjang (Orazalin & Mahmood, 2019).

Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Pengungkapan *Sustainability Report*

Kepemilikan manajerial merujuk pada kondisi di mana manajer perusahaan juga memiliki saham perusahaan dan secara aktif terlibat dalam proses pengambilan keputusan. Berdasarkan teori *stakeholders*, perusahaan tidak hanya fokus pada memenuhi kebutuhan entitas saja, tetapi juga diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi pemangku kepentingan (*stakeholders*). Kepemilikan manajerial merupakan faktor yang menarik bagi investor untuk mengalokasikan investasinya ke sebuah perusahaan. Ini disebabkan kenyataan bahwa saat perusahaan mempunyai kepemilikan manajerial yang cukup besar, manajemen akan memiliki kapasitas yang lebih besar dalam memprioritaskan kepentingan para pemangku kepentingan (*stakeholders*).

Tanggung jawab dari pihak manajerial yang memiliki saham cenderung lebih tinggi karena harus membuktikan kinerjanya pada *stakeholders*. Manajer akan mengambil keputusan yang bertujuan untuk kebaikan perusahaan dengan mengungkapkan informasi

sosial seluas-luasnya sebagai tanggung jawab perusahaan kepada *stakeholders* (pemangku kepentingan) berupa *sustainability report* (Novitasari & Bernawati, 2020). Oktafianti & Rizki (2020), Raquiba & Ishak (2020) dan Zouari & Dhifi (2022) mengungkapkan bahwa kepemilikan manajerial berhubungan positif pada pengungkapan *sustainability report*.

H1= Kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*.

Pengaruh Media Visibility terhadap Pengungkapan Sustainability Report

Media sosial telah menciptakan peluang baru bagi perusahaan untuk terlibat dalam komunikasi dengan para *stakeholders* dan menerima umpan balik langsung dari mereka. Dengan memiliki *media visibility* yang kuat, sebuah perusahaan akan berusaha sebaik mungkin untuk mempertahankan reputasinya yang baik di hadapan publik dan *stakeholders*, seperti memenuhi kepentingan *stakeholders* dengan ikut serta dan mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosial mereka dalam *sustainability report*. Sesuai dengan teori legitimasi, semakin banyak perusahaan yang memiliki *media visibility* maka tekanan dari berbagai pemangku kepentingan untuk mendapatkan atau mengamankan legitimasi mereka dengan terlibat dalam keberlanjutan. Karena perusahaan – perusahaan tersebut sangat terlihat lebih terkena pengawasan publik, yang mencerminkan perhatian publik terhadap perusahaan diterima oleh pemangku kepentingan eksternal (Schreck & Raithel, 2018).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Lodhia et al. (2020) dan Raquiba & Ishak (2020) menjelaskan bahwa perusahaan memang menggunakan media sosial untuk melegitimasi keberadaan mereka kepada *stakeholders* melalui komunikasi simbolik yang berguna untuk pengungkapan *sustainability report*.

H2= *Media visibility* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*.

Pengaruh Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan Sustainability Report

Umur perusahaan dapat didefinisikan sebagai lama waktunya perusahaan telah berdiri dan beroperasi yang dicatat dalam akta perusahaan sampai periode penelitian. Sesuai dengan teori legitimasi, perusahaan yang lebih tua dan mapan memiliki praktik pelaporan yang lebih baik karena pengalaman pelaporan mereka yang luas (Orazalin & Mahmood, 2018). Karena mereka lebih memahami akan permintaan masyarakat kepada perusahaan dan apa yang harus dilakukan perusahaan agar terciptanya citra positif di mata masyarakat dan para *stakeholders* lainnya. Oleh sebab itu, perusahaan lama memiliki banyak pengalaman dan reputasi yang baik pada masyarakat dan mereka membangun kepercayaan pada masyarakat dan *stakeholders* (Maryana & Carolina, 2021).

Berdasarkan temuan Alotaibi (2020) dan Orazalin & Mahmood (2018) menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*.

H3= Umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Asosiatif kausal adalah jenis penelitian pada riset ini dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif kausal mempunyai sasaran untuk mengetahui keterkaitan variabel (independent) dengan variabel lainnya (dependen).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam riset ini yaitu perusahaan yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2022 dengan jumlah perusahaan yang terdaftar ialah 864 perusahaan. Populasi ini diobservasi selama rentang waktu lima tahun, dan akar data berasal dari www.idx.co.id dan halaman web masing-masing dari perusahaan. *Purposive*

sampling dijadikan metode dalam pengambilan sampel, dengan akhirnya terpilih 45 perusahaan yang dijadikan sampel pada riset ini.

Tabel 1
Kriteria Pengambilan Sampel

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2018 – 2022	864
2	Perusahaan yang tidak menerbitkan dan menyajikan laporan tahunan secara lengkap sesuai data yang diperlukan dalam penelitian selama periode tahun 2018 – 2022	(333)
3	Perusahaan yang tidak menerbitkan <i>sustainability report</i> dan tidak dapat diakses dari website resmi perusahaan selama periode tahun 2018 – 2022	(469)
4	Perusahaan yang menyajikan laporan keuangan (laporan tahunan) tidak dalam mata uang rupiah.	(17)
Jumlah perusahaan yang akan diteliti		45
Tahun penelitian		5
Jumlah sampel selama periode penelitian		225

Sumber dan Pengumpulan Data

Jenis data dalam riset ini yaitu data sekunder. Data didapat dari annual report dan laporan keberlanjutan (*sustainability report*) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018 – 2022. Data diunduh dari situs resmi www.idx.co.id dan halaman weweb tiap-tiap perusahaan. Pengumpulan data penelitian menggunakan teknik dokumentasi.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Pengungkapan *Sustainability Report*

Pengungkapan *sustainability report* diukur dengan menggunakan indikator standar GRI 2016. Indikator GRI memiliki tiga kategori, diantaranya ekonomi, lingkungan hidup, dan sosial. GRI memiliki total 84 indikator diantaranya 17 indikator ekonomi, 31 indikator lingkungan, dan 36 indikator sosial. Variabel ini diukur menggunakan variabel *dummy*, di mana angka satu (1) untuk perusahaan yang mengungkapkan *sustainability report* dan nol (0) untuk perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan *sustainability report* (Mujiani & Nurfitri, 2020). Lalu, skor setiap item dijumlahkan untuk memperoleh skor tiap perusahaan, dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{GRI STANDAR} = \frac{\text{Jumlah indikator yang diungkapkan}}{84}$$

Kepemilikan Manajerial

Menurut Mujiani & Nurfitri (2020) kepemilikan manajerial ialah situasi di mana manajer perusahaan juga memiliki kepemilikan saham dan terlibat secara aktif dalam pengambilan keputusan. Variabel ini diukur dengan:

$$\text{MNJR} = \frac{\text{Jumlah saham direksi, komisaris, dan manajer}}{\text{Jumlah saham yang beredar}}$$

Media Visibility

Media visibility adalah istilah yang mengacu pada transparansi informasi perusahaan dan tujuannya untuk dikenal oleh publik serta berkomunikasi dengan investor (Humanitisri & Ghozali, 2019). Untuk mengetahui *media visibility* perusahaan dapat diukur dengan mencari biaya intensitas iklan yang dikeluarkan perusahaan (Maryana & Carolina, 2021). Adapun rumusnya yaitu:

$$\text{INTENSITAS IKLAN} = \frac{\text{Beban Iklan}}{\text{Penjualan}}$$

Umur Perusahaan

Umur perusahaan didefinisikan sebagai lama waktunya perusahaan telah berdiri dan beroperasi yang dicatat dalam akta perusahaan sampai periode penelitian. Umur perusahaan dapat diketahui dengan melihat jumlah tahun sejak berdirinya sebuah perusahaan (Orazalin & Mahmood, 2019). Variabel ini diukur dengan:

$$\text{UMUR PERUSAHAAN} = \text{Jumlah tahun sejak berdirinya perusahaan}$$

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang dijalankan pada riset ini regresi linear berganda dengan menggunakan perangkat lunak *Eviews12* untuk memproyeksikan dampak variabel-variabel independen (kepemilikan manajerial, media visibility dan umur perusahaan) pada variabel dependen (pengungkapan sustainability report). Model persamaan yang dihasilkan yaitu:

$$\text{SR} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Sebelum melakukan pengolahan data maka peneliti mengeliminasi beberapa data. Eliminasi data dilakukan pada data yang tidak memiliki nilai atau nol. Setelah dilakukan eliminasi dari 45 sampel, terdapat 21 sampel yang bernilai nol sehingga jumlah sampel penelitian menjadi 24 sampel. Berikut hasil olahan data statistik deskriptif:

Tabel 2
Analisis Deskriptive Statistik

	X1	X2	X3	Y
Mean	0.008123	0.013533	48.00000	0.371032
Median	0.000317	0.006161	51.50000	0.333333
Maximum	0.148345	0.077427	89.00000	0.940476
Minimum	2.50E-07	1.93E-05	4.000000	0.083333
Std. Dev.	0.028672	0.018429	22.40386	0.172360
Skewness	4.421692	2.159048	-0.315467	0.942017
Kurtosis	21.11684	7.202178	2.085499	3.827805
Observations	120	120	120	120

(Sumber: Data diolah dengan *Eviews12* tahun 2023)

Berdasarkan table 2, tergambar bahwa nilai minimum dan maksimum variabel independent yang pertama kepemilikan manajerial sebesar 0.0000002 dan 0.14 dengan nilai rata-ratanya 0.008 dan std. deviasi 0.028. Variabel independent yang kedua pada riset ini adalah *media visibility* memiliki nilai minimum dan maksimum 0.0000193 dan 0.077 dengan

nilai rata-rata sebesar 0.013 dan std. deviasi 0,018. Variabel independent yang ketiga yaitu umur perusahaan dengan nilai minimum adalah 4 dan nilai maksimumnya 89 dengan rata-rata (*mean*) sebesar 48 dan standar deviasi sebesar 22.40.

Estimasi Model Data Panel

a. Chow Test

Tabel 3
Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests
Equation: Untitled
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	3.406628	(23,93)	0.0000
Cross-section Chi-square	73.334758	23	0.0000

(Sumber: Data diolah dengan Eviews12 tahun 2023)

Berdasarkan hasil di atas, probabilitasnya adalah $0.00 < 0.05$. maka estimasi model yang lebih baik adalah *Fixed Effect Model (FEM)*.

b. Hausman Test

Tabel 4
Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test
Equation: Untitled
Test cross-section random effects

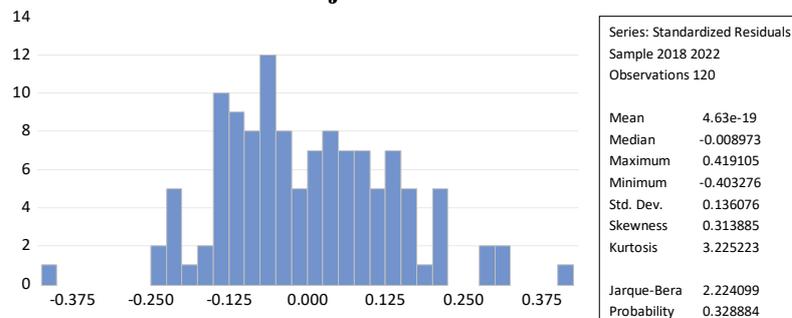
Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	25.572497	3	0.0000

(Sumber: Data diolah dengan Eviews12 tahun 2023)

Berdasarkan hasil uji hausman nilai $< \alpha = 0,05$. Sehingga model estimasi yang tepat adalah *Fixed Effect Model (FEM)*. Karena model regresi yang digunakan FEM sehingga uji asumsi klasik perlu dilakukan.

Uji Normalitas

Tabel 5
Uji Normalitas



(Sumber: Data diolah dengan Eviews12, 2023)

Berdasarkan Tabel 5, nilai probability sebesar 0,328. Hasil ini mengindikasikan bahwa nilai signifikansi > 0,05, sehingga disimpulkan data berdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Tabel 6
Uji Multikolinearitas

	LOG X1	LOG X2	LOG X3
LOG X1	1.000000	-0.228845	-0.211193
LOG X2	-0.228845	1.000000	0.431671
LOG X3	-0.211193	0.431671	1.000000

(Sumber: Data diolah dengan Eviews12, 2023)

Berdasarkan tabel diatas, disimpulkan tidak terjadi masalah multikolinearitas dimana variabel nya <0,90 (Ghozali, 2016), maka model ini lulus dari uji multikolinearitas.

b. Uji Autokorelasi

Tabel 7
Uji Autokorelasi

R-squared	0.376707	Mean dependent var	0.371032
Adjusted R-squared	0.202453	S.D. dependent var	0.172360
S.E. of regression	0.153927	Akaike info criterion	-0.709571
Sum squared resid	2.203493	Schwarz criterion	-0.082385
Log likelihood	69.57426	Hannan-Quinn criter.	-0.454868
F-statistic	2.161824	Durbin-Watson stat	1.286514
Prob(F-statistic)	0.003820		

(Sumber: Data diolah dengan Eviews12, 2023)

Dari tabel 7 diatas diketahui bahwa nilai DW adalah 1,462184. Menurut Santoso (2010) jika nilai DW berada rentang -2 sampai +2 sehingga bebas autokorelasi. Nilai DW pada penelitian ini $-2 < 1,286514 < 2$. Sehingga penelitian ini tak terkena masalah autokorelasi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 8
Uji Heteroskedastisitas

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.161325	0.344870	-0.467785	0.6410
LOG_X1	0.014353	0.007825	1.834139	0.0698
LOG_X2	-0.006589	0.012390	-0.531798	0.5961
LOG_X3	0.094993	0.092923	1.022274	0.3093

(Sumber: Data diolah dengan Eviews12, 2023)

Berdasarkan uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai probabilitas t-statistik pada tiap variabel independen > 0,05 atau 5%. Sehingga disimpulkan tidak terjadi *problem* heteroskedastisitas.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 8
Hasil Regresi Data Panel

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.594031	0.720409	-0.824574	0.4117
LOG X1	0.040732	0.016347	2.491744	0.0145
LOG X2	0.026666	0.025883	1.030280	0.3056
LOG X3	0.389187	0.194110	2.004984	0.0479

Effects Specification			
Cross-section fixed (dummy variables)			
R-squared	0.376707	Mean dependent var	0.371032
Adjusted R-squared	0.202453	S.D. dependent var	0.172360
S.E. of regression	0.153927	Akaike info criterion	-0.709571
Sum squared resid	2.203493	Schwarz criterion	-0.082385
Log likelihood	69.57426	Hannan-Quinn criter.	-0.454868
F-statistic	2.161824	Durbin-Watson stat	1.286514
Prob(F-statistic)	0.003820		

(Sumber: Data diolah dengan Eviews12, 2023)

Berdasarkan tabel 8, maka rumus persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = -0,59 + 0,04X1 + 0,02X2 + 0,38X3$$

Koefisien Determinasi (R^2)

Dari data pada Tabel 8 di atas, nilai *adjusted R square* adalah 0,202453 atau sebesar 20,24%. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel independen terkait variabel dependen adalah 20,24% dan 79,76% ditentukan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam model riset ini.

]

Pembahasan

Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Pengungkapan *Sustainability Report*

Berdasarkan hasil regresi tabel 8, yang menunjukkan nilai signifikansi variabel X1 lebih kecil dari α (*alpha*) 0,05, yaitu $0,01 < 0,05$ dengan koefisien X1 sebesar 0,04, maka menunjukkan bahwa pengaruh kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan *sustainability report* adalah positif.

Hasil penelitian ini didukung hasil penelitian oleh Raquiba & Ishak (2020), Oktafianti & Rizki (2020) dan Zouari & Dhifi (2022) yang menjelaskan bahwa kepemilikan manajerial terpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*. Namun, berlawanan dengan hasil penelitian oleh Latifah et al. (2019) dan Mujjani & Nurfitri (2020) yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial tidak terpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*.

Faktor yang mendukung hipotesis diterima adalah karena hasil penelitian ini sejalan dengan teori *stakeholders* dimana keterlibatan pemangku kepentingan, salah satunya adalah manajer yang berperan penting dalam mencapai tujuan perusahaan (Aulia Indy et al., 2022). Kepemilikan manajerial dibentuk dengan tujuan adanya kesetaraan antara *stakeholders* dengan manajemen, sehingga memotivasi manajemen untuk meningkatkan kinerjanya dalam mengungkapkan informasi keberlanjutan yang lebih baik dan berkualitas (Suharyani et al., 2019). Kepemilikan manajerial memiliki peran penting dalam dewan direksi terkait keputusan operasional dan strategis organisasi, sehingga manajemen memiliki wewenang untuk ikut serta dalam pengambilan keputusan yang sesuai dengan kebutuhan dan kewajiban perusahaan (Zouari & Dhifi, 2022).

Pengaruh *Media Visibility* terhadap Pengungkapan *Sustainability Report*

Berdasarkan hasil regresi pada tabel 8, yang menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel $X_2 > \alpha 0,05$, yaitu $0,67 > 0,05$ dengan koefisien $-1,60$, sehingga *media visibility* tidak mempengaruhi pengungkapan *sustainability report*.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Lodhia et al. (2020) dan Raquiba & Ishak (2020) yang menunjukkan bahwa *media visibility* terpengaruh positif pada pengungkapan *sustainability report*. Peneliti sepakat dengan penelitian oleh Manetti & Bellucci (2016) dan (Maryana & Carolina (2021), dimana hasil ini tidak dapat membuktikan bahwa *media visibility* mempengaruhi pengungkapan *sustainability report*.

Faktor yang dapat menyebabkan hipotesis ini ditolak, karena nilai dari *media visibility* perusahaan sampel yang sangat kecil dan tidak semua perusahaan mencantumkan beban iklan/promosi dalam laporan keuangannya sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Lodhia et al. (2020) menggunakan pengukuran yang berbeda yaitu menganalisis dan mengamati secara manual sosial media yang digunakan perusahaan. Faktor kedua perusahaan lebih banyak menggunakan media sebagai alat untuk mempromosikan produk, layanan dan aktivitas bukan sebagai interaksi dengan *stakeholders* untuk menginformasikan tentang keberlanjutan perusahaan (Manetti & Bellucci, 2016).

Pengaruh Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan *Sustainability Report*

Berdasarkan hasil regresi pada tabel 8, menunjukkan nilai signifikansi variabel $X_3 < \alpha 0,05$ yaitu $0,00 < 0,05$ dengan koefisien X_3 sebesar $0,04$, sehingga umur perusahaan berpengaruh positif pada pengungkapan *sustainability report*.

Hasil penelitian ini sama sejalan dengan penelitian Orazalin & Mahmood (2018) dan Alotaibi (2020) yang menyatakan bahwa umur perusahaan terpengaruh positif pada pengungkapan *sustainability report*. Namun berlawanan dengan hasil penelitian Maryana & Carolina (2021) yang menjelaskan bahwa umur perusahaan berpengaruh negatif pada pengungkapan *sustainability report*.

Faktor yang mendukung hipotesis ini diterima, karena hasil penelitian ini sejalan dengan teori legitimasi dimana perusahaan yang lebih tua dan mapan memiliki praktik pelaporan yang lebih baik karena pengalaman pelaporan mereka yang luas. Praktik pengungkapan *sustainability report* yang dilakukan oleh perusahaan yang tua bertujuan untuk meningkatkan citra dan reputasi perusahaan mereka (Orazalin & Mahmood, 2018). Perusahaan yang telah berdiri lebih lama pun tentu telah mengetahui apa saja yang harus dilakukan untuk mendapatkan legitimasi, dan apa saja tanggung jawab yang harus dilakukan perusahaan agar tetap memiliki eksistensi yang baik di tengah masyarakat.

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil dari riset ini mengindikasikan dalam konteks perusahaan yang mengungkapkan (*sustainability report*) tahun 2018-2022, terdapat temuan yaitu kepemilikan manajerial berpengaruh positif, *media visibility* tidak berpengaruh dan umur perusahaan terpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*.

Keterbatasan

Mengacu pada hasil penelitian diatas *media visibility* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*, dimana proksi yang digunakan adalah intensitas iklan yang mana tidak semua perusahaan menampilkan biaya iklan/promosi di dalam laporan keuangan. Keterbatasan lainnya masih banyak perusahaan yang tidak mengungkapkan *sustainability report* sehingga sampel pada penelitian ini hanya 45 perusahaan. Pada penelitian

ini peneliti menggunakan seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI sehingga terdapat keterbatasan sampel karena informasi dan data yang tidak lengkap.

Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Sesuai hasil penelitian yang dilaksanakan peneliti, dengan begitu usulan dari peneliti kepada penelitian selanjutnya yaitu menambah variabel independent yang sekiranya memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report* seperti struktur kepemilikan dan tata kelola perusahaan. Bagi peneliti selanjutnya proksi *media visibility* disarankan menggunakan alat ukur lain yaitu menggunakan variabel *dummy*, dimana skor 0 perusahaan tidak menggunakan media sosial untuk informasi keberlanjutan dan skor 1 untuk perusahaan yang menggunakan media sosial untuk informasi keberlanjutan. Hal ini dilakukan agar mendapatkan hasil yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Alotaibi, M. M. (2020). Determinants of Sustainability Disclosure of Saudi Listed Companies. *Journal of Economics and Sustainable Development*.
<https://doi.org/10.7176/JESD/11-2-09>
- Ariyani, A. P., & Hartomo, O. D. (2018). Analysis of key factors affecting the reporting disclosure indexes of sustainability reporting in Indonesia. *International Journal of Business, Economics and Law*, 16(1), 15–25.
- Aulia Indy, L., Uzliawati, L., & Mulyasari, W. (2022). The Effect of Managerial Ownership and Institutional Ownership on Sustainability Reporting and Their Impact on Earning Management. *Journal of Applied Business, Taxation and Economics Research*, 1(3), 243–256. <https://doi.org/10.54408/jabter.v1i3.48>
- Fatchan, I. N., & Trisnawati, R. (2018). Pengaruh good corporate governance pada hubungan antara sustainability report dan nilai perusahaan (studi empiris perusahaan go public di Indonesia periode 2014-2015). *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 1(1), 25–34.
- Ghozali, I. (2020). *25 GRAND THEORY (TEORI BESAR ILMU MANAJEMEN, AKUNTANSI DAN BISNIS)*. YOGA PRATAMA.
- Humanitisri, N., & Ghozali, I. (2019). Perusahaan Sebagai Variabel Mediasi, Dan Visibilitas Sebagai Variabel Moderasi Dalam Hubungan Antara Csr Dengan Reputasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2016). *Diponegoro Journal of Accounting*, 7(4).
- Kholmi, M., & Nizzam Zein Susadi, M. (2021). Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance Dan Struktur Kepemilikan Terhadap Pengungkapan Sustainability Report. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 11(1), 129–138.
<https://doi.org/10.37859/jae.v11i1.2515>
- Latifah, S. W., Rosyid, M. F., Purwanti, L., & Oktavendi, T. W. (2019). Good Corporate Governance, Kinerja Keuangan dan Sustainability Report (BUMN yang listed di BEI). *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, 9(2), 200–213.
- Lodhia, S., Kaur, A., & Stone, G. (2020). The use of social media as a legitimation tool for sustainability reporting. *Meditari Accountancy Research*, 28(4), 613–632.
<https://doi.org/10.1108/MEDAR-09-2019-0566>
- Manetti, G., & Bellucci, M. (2016). The use of social media for engaging stakeholders in sustainability reporting. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 29(6), 985–1011. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-08-2014-1797>

- Maryana, M., & Carolina, Y. (2021). The Impact of Firm Size, Leverage, Firm Age, Media Visibility and Profitability on Sustainability Report Disclosure. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 25(1). <https://doi.org/10.26905/jkdp.v25i1.4941>
- Mujiani, S., & Nurfitri, T. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Sustainability Report Pada Perusahaan LQ45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Akrual*, 2(1), 18–35.
- Novitasari, D., & Bernawati, Y. (2020). The Impact of Good Corporate Governance on the Disclosure of Corporate Social Responsibility. In *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. www.ijicc.net (Vol. 10). www.ijicc.net
- Oktafianti, D., & Rizki, A. (2020). Managerial ownership, firm size, financial performance, and corporate environmental disclosure. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 26, 225–244.
- Orazalin, N., & Mahmood, M. (2018). Economic, environmental, and social performance indicators of sustainability reporting: Evidence from the Russian oil and gas industry. *Energy Policy*, 121, 70–79. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2018.06.015>
- Orazalin, N., & Mahmood, M. (2019). Determinants of GRI-based sustainability reporting: evidence from an emerging economy. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, 10(1), 140–164. <https://doi.org/10.1108/JAEE-12-2018-0137>
- Raquiba, H., & Ishak, Z. (2020). SUSTAINABILITY REPORTING PRACTICES IN THE ENERGY SECTOR OF BANGLADESH. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 10(1), 508–516. <https://doi.org/10.32479/ijeep.8621>
- Responsi Bank Indonesia. (2021, March 5). *Menyoal Kasus Pencemaran Sungai Malinau dan Sanksi bagi Perusahaan Batubara*. Sapariah Saturi.
- Ruhana, A., & Hidayah, N. (2020). The Effect of Liquidity, Firm Size, and Corporate Governance Toward Sustainability Report Disclosures (Survey on: Indonesia Sustainability Report Award Participant). *4th International Conference on Management, Economics and Business (ICMEB 2019)*, 279–284.
- Santoso, S. (2010). *Statistik Parematrik*. PT Alex Media Komputindo.
- Schreck, P., & Raithel, S. (2018). Corporate Social Performance, Firm Size, and Organizational Visibility: Distinct and Joint Effects on Voluntary Sustainability Reporting. *Business & Society*, 57(4), 742–778. <https://doi.org/10.1177/0007650315613120>
- Suharyani, R., Ulum, I., & Jati, A. W. (2019). Pengaruh tekanan stakeholder dan corporate governance terhadap kualitas sustainability report. *Jurnal Akademi Akuntansi*, 2(1).
- Tizmi, S., Luthan, E., & Rahman, A. (2022). Kualitas Laporan Keberlanjutan: Eksistensi dari Media dan Industri. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(2), 3750.
- Wahana Lingkungan Hidup Indonesia. (2022, January 6). *Bertahun-tahun Menjadi Korban Pencemaran Lingkungan, Warga Sukoharjo dan Pekalongan Laporkan PT Rum dan PT Pajitex sebagai Korporasi Pencemar Lingkungan Kepada KLHK, Komnas HAM, dan Komnas Perempuan*. Wahana Lingkungan Hidup Indonesia.
- Zouari, G., & Dhifi, K. (2022). The impact of ownership structure on integrated reporting in European firms. *Corporate Communications: An International Journal*, 27(3), 527–542. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-05-2021-0057>