

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh beberapa faktor seperti penggunaan media sosial, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan. Perusahaan *go public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2024 dipilih sebagai objek penelitian, dengan jumlah sampel akhir yang ditentukan menggunakan metode *purposive sampling* sebanyak 64 perusahaan. Data penelitian merupakan data sekunder yang berasal dari Bloomberg Data Terminal, *website* resmi perusahaan, serta akun Instagram resmi perusahaan. Berikut merupakan uraian pemilihan sampel berdasarkan kriteria *purposive sampling* yang telah ditetapkan sehingga perusahaan yang tidak memenuhi kriteria penelitian telah dieliminasi dari sampel penelitian.

Tabel 4.1 Kriteria Sampel Penelitian

No.	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan yang terdaftar di BEI pada tahun 2024 dan memiliki data total aset yang tersedia pada Bloomberg Data Terminal.	907
2	Perusahaan yang terdaftar di BEI pada tahun 2024 serta memiliki data <i>Return on Asset</i> (ROA) yang tersedia pada Bloomberg Data Terminal.	(0)
3	Perusahaan yang terdaftar di BEI pada tahun 2024 dan memiliki skor penilaian ESG yang tersedia pada Bloomberg sebagai penyedia data pihak ketiga.	(832)
4	Perusahaan yang terdaftar di BEI pada tahun 2024 serta memiliki akun media sosial resmi, khususnya Instagram, dan aktif melakukan unggahan selama periode 2024.	(9)
Jumlah Akhir Sampel		64

Sumber: Diolah dari berbagai referensi, 2026

Mengacu pada Tabel 4.1 kriteria sampel di atas, jumlah sampel akhir yang terpilih adalah 64 perusahaan. Alasan yang mendominasi penurunan jumlah sampel penelitian adalah keterbatasan skor penilaian ESG dari Bloomberg Data Terminal dan kepemilikan serta keaktifan perusahaan di media sosial, yaitu Instagram. Skor ESG Bloomberg disusun berdasarkan lebih dari 120 indikator yang menilai kinerja perusahaan dalam lingkup *ESG* berdasarkan pengungkapan data perusahaan (Bloomberg, 2026). Namun berdasarkan survei Mandiri Institut, banyak perusahaan di Indonesia yang masih kesulitan dalam memenuhi implementasi *ESG policies*, terkendala dalam ketersediaan biaya, kurang mendapat dukungan dari pemerintah, serta faktor internal maupun eksternal lainnya sehingga tidak seluruh perusahaan memperoleh skor ESG dari Bloomberg Terminal (Adhiat, 2024).

Kemudian, kriteria kedua yang menjadi sebab penurunan jumlah sampel adalah kepemilikan serta keaktifan perusahaan dalam menggunakan media sosial Instagram. Sebanyak 5 dari 75 perusahaan tidak memiliki akun Instagram dan 6 dari 70 perusahaan tidak memiliki unggahan selama tahun 2024. Berdasarkan pengamatan terhadap media sosial dan *website* resmi perusahaan, sebagian perusahaan cenderung lebih aktif menggunakan *website* sebagai sarana penyampaian informasi perusahaan dibandingkan dengan media sosial. Berikut adalah daftar perusahaan yang menjadi sampel akhir dalam penelitian ini.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Uji Statistik Deskriptif

Sebagai langkah awal dalam rangkaian pengujian data penelitian, uji statistik deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran umum mengenai

karakteristik data penelitian. Uji ini menyajikan informasi berupa nilai minimum, maksimum, *mean* (rata-rata), serta standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian. Data yang digunakan dalam uji statistik deskriptif mencakup seluruh variabel pada periode pengamatan dan selanjutnya akan digunakan dalam pengujian model utama penelitian. Melalui nilai *mean* dan standar deviasi pada masing-masing variabel, karakteristik serta kualitas data penelitian dapat diketahui, khususnya terkait tingkat variabilitas dan penyebaran data pada setiap variabel penelitian.

Tabel 4.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Profitabilitas	64	-6,49	29,91	5,3545	5,94593
Ukuran perusahaan	64	33,01	39,83	35,8533	1,66847
Penggunaan media sosial	64	,00	6,00	3,4688	1,11225
Pengungkapan laporan keberlanjutan	64	36,50	75,01	54,4092	8,92711
Valid N (listwise)	64				

Sumber: Data sekunder yang diolah dengan IBM SPSS 26, 2026

Hasil pengujian statistik deskriptif pada Tabel 4.2 menunjukkan bahwa variabel profitabilitas yang diproksikan menggunakan *Return on Asset* (ROA) memiliki nilai minimum sebesar -6,49 dan nilai maksimum sebesar 29,91. Nilai rata-rata (*mean*) ROA dari 64 perusahaan yang menjadi sampel penelitian pada tahun 2024 sebesar 5,3545 dengan standar deviasi sebesar 5,94593. Karena nilai standar deviasi lebih besar dibandingkan nilai rata-rata, maka dapat diartikan bahwa data ROA perusahaan memiliki tingkat penyebaran yang cukup tinggi atau bersifat heterogen.

Kondisi tersebut disebabkan oleh pemilihan perusahaan lintas sektor dengan karakteristik kinerja yang berbeda-beda, sehingga kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aset untuk menghasilkan laba juga cenderung beragam. Nilai minimum sebesar -6,49 dimiliki oleh PT Polychem Indonesia Tbk. Nilai ROA yang negatif menunjukkan bahwa perusahaan mengalami kerugian pada tahun 2024, sementara total aset yang dimiliki relatif besar sehingga menghasilkan rasio ROA negatif. Sementara itu, nilai maksimum sebesar 29,91 dimiliki oleh PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk. Tingginya nilai ROA tersebut menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan yang sangat baik dalam memanfaatkan aset untuk menghasilkan laba, yang didukung oleh tingkat profitabilitas perusahaan yang kuat di sektor barang konsumen primer.

Variabel ukuran perusahaan yang direpresentasikan dengan total aset dalam bentuk logaritma natural ($\ln$ total aset) menunjukkan nilai minimum sebesar 33,01 dan nilai maksimum sebesar 39,83. Rentang nilai tersebut tidak terlalu jauh berbeda. Selain itu, variabel ukuran perusahaan memiliki nilai *mean* sebesar 35,8533 dengan standar deviasi sebesar 1,66847. Karena nilai standar deviasi lebih kecil dibandingkan dengan nilai rata-rata, maka dapat diartikan bahwa data ukuran perusahaan memiliki tingkat penyebaran yang relatif homogen. Hasil tersebut menunjukkan bahwa data ukuran perusahaan dalam penelitian ini memiliki kualitas yang cukup baik. Nilai minimum $\ln$ total aset sebesar 33,01 dimiliki oleh PT DCI Indonesia Tbk, sedangkan nilai maksimum sebesar 39,83 dimiliki oleh PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.

Perbedaan nilai tersebut dipengaruhi oleh karakteristik sektor usaha masing-masing perusahaan. PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk yang bergerak di sektor perbankan, memiliki total aset yang sangat besar karena aktivitas operasional perbankan berkaitan erat dengan penghimpunan dan penyaluran dana dalam jumlah besar. Selain itu, Bank BRI juga merupakan salah satu bank dengan skala operasional terbesar di Indonesia. Sementara itu, PT DCI Indonesia Tbk bergerak di bidang *data center* dengan lingkup bisnis yang lebih spesifik serta tidak terlalu padat aset, sehingga total aset perusahaan relatif lebih kecil dibandingkan dengan perusahaan lain dalam sampel penelitian.

Variabel penggunaan media sosial sebagai variabel independen terakhir dalam penelitian ini menunjukkan nilai minimum sebesar 0 dan nilai maksimum sebesar 6. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perusahaan sampel memiliki tingkat penggunaan media sosial yang beragam dalam pengungkapan informasi terkait *environmental, social, and governance* (ESG), mulai dari perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan sama sekali hingga perusahaan yang aktif menggunakan media sosial sebagai sarana penyampaian informasi ESG berdasarkan kriteria penilaian yang telah ditetapkan. Penggunaan media sosial untuk pengungkapan informasi ESG di Indonesia masih menunjukkan variasi yang cukup tinggi.

Terdapat perusahaan yang tidak memiliki unggahan terkait ESG, seperti PT Surya Citra Media Tbk dengan skor penggunaan media sosial sebesar 0. Di sisi lain, terdapat perusahaan yang secara aktif memanfaatkan media sosial untuk mengungkapkan informasi ESG, seperti PT Timah Tbk dengan skor sebesar 6. Selain itu, berdasarkan hasil pengujian statistik deskriptif, variabel penggunaan

media sosial memiliki nilai *mean* sebesar 3,4688 dan standar deviasi sebesar 1,11225. Karena nilai standar deviasi lebih kecil dibandingkan dengan nilai rata-rata, maka dapat disimpulkan bahwa data variabel penggunaan media sosial memiliki tingkat penyebaran yang relatif homogen. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa data pada variabel ini memiliki kualitas yang cukup baik dan layak digunakan dalam penelitian.

Kemudian, bagian yang tidak terpisahkan dari penelitian ini adalah variabel dependen, yaitu pengungkapan laporan keberlanjutan. Pada Tabel 4.2 tampak bahwa hasil uji statistik deskriptif berupa nilai minimum yaitu sebesar 36.50 yang dimiliki oleh PT Barito Renewables Energy Tbk sedangkan nilai maksimum sebesar 75.01 dimiliki oleh PT Timah Tbk. Selain itu, variabel ini memiliki nilai mean sebesar 54,4092 dengan standar deviasi sebesar 8,92711. Karena nilai standar deviasi lebih kecil dibandingkan dengan nilai rata-rata, maka dapat disimpulkan bahwa data pengungkapan laporan keberlanjutan memiliki tingkat penyebaran yang relatif homogen. Meskipun demikian, rentang nilai minimum dan maksimum yang cukup besar menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan laporan keberlanjutan antar perusahaan di Indonesia masih beragam. Perbedaan tersebut dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor internal maupun eksternal perusahaan, seperti karakteristik industri, ukuran perusahaan, tingkat profitabilitas, serta komitmen perusahaan dalam mengungkapkan informasi keberlanjutan.

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

Pada penelitian ini, uji asumsi klasik dilakukan sebelum pengujian regresi linear berganda untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi

asumsi-asumsi dasar dalam analisis regresi. Beberapa pengujian yang dilakukan meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas guna mengetahui ada atau tidaknya gangguan dalam model regresi maupun data penelitian. Sementara itu, penelitian ini tidak menggunakan uji autokorelasi karena penelitian tidak menggunakan data runtut waktu (*time series*) atau lintas periode, sehingga tidak terdapat hubungan antara data pada periode t dengan periode $t-1$.

7.2.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Pengujian normalitas penting dilakukan karena validitas pengujian statistik, khususnya uji t dan uji F , mensyaratkan bahwa residual dalam model regresi terdistribusi normal. Pada penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan uji statistik nonparametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini dilihat dari nilai signifikansi. Apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 atau 5%, maka data residual dianggap terdistribusi normal, sedangkan apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data residual dianggap tidak terdistribusi normal. Berikut merupakan hasil uji Kolmogorov-Smirnov (K-S):

Tabel 4.3 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S)

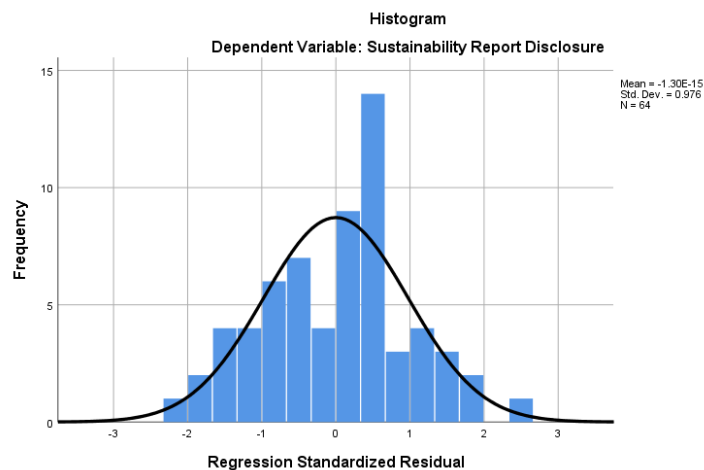
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	64
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 ^{c,d}

Sumber: Data sekunder yang diolah dengan IBM SPSS 26, 2026

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.3 variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, dan penggunaan media sosial terdistribusi secara normal dengan nilai signifikansi 0,200. Nilai *asym. Sig.* tersebut lebih besar dibandingkan dengan 0,05

yang berarti penyebaran data lulus uji normalitas. Selain uji K-S grafik histogram digunakan untuk membantu melihat distribusi data residual pada model regresi secara visual. Distribusi data dapat dikatakan normal apabila bentuk histogram menyerupai kurva lonceng dan tidak menunjukkan kemencengan yang terlalu ekstrem ke salah satu arah. Oleh karena itu, histogram dapat digunakan sebagai pendukung dalam menilai normalitas data penelitian. Berikut merupakan grafik histogram yang membuktikan normalitas data dalam penelitian ini:

Gambar 4.1 Grafik Histogram Variabel Dependen

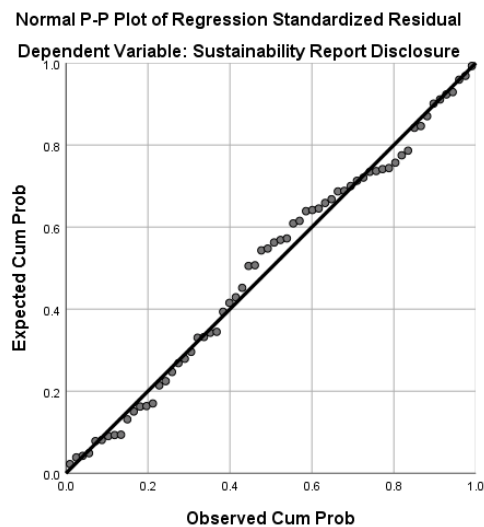


Sumber: Data sekunder yang diolah dengan IBM SPSS 26, 2026

Grafik *Normal Probability Plot* (P-Plot) digunakan sebagai alat bantu untuk mengamati normalitas data residual pada model regresi. Penilaian dilakukan dengan melihat posisi dan arah penyebaran titik-titik terhadap garis diagonal pada grafik. Residual dikatakan terdistribusi normal apabila titik-titik berada di sekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis tersebut. Namun, apabila titik-titik menyebar menjauh dan tidak mengikuti garis diagonal, maka data residual diindikasikan tidak terdistribusi normal.

Berdasarkan grafik *Normal Probability Plot* (P-Plot) pada Gambar 4.2 di bawah ini, terlihat bahwa titik-titik residual menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Penyebaran titik yang tidak terlalu jauh dari garis diagonal menunjukkan bahwa pola distribusi residual cenderung normal. Selain itu, tidak terlihat adanya penyimpangan pola yang signifikan pada grafik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data residual dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.2 Grafik Probability Plot



Sumber: Data sekunder yang diolah dengan IBM SPSS 26, 2026

7.2.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengidentifikasi ada atau tidaknya hubungan yang kuat antar variabel independen dalam model regresi. Pengujian ini penting dilakukan karena adanya multikolinearitas dapat menyebabkan hasil regresi menjadi kurang akurat dan memengaruhi kemampuan model dalam menjelaskan hubungan antar variabel. Dalam penelitian ini, uji multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Model

regresi dinyatakan tidak mengalami multikolinearitas apabila nilai Tolerance lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10.

Namun, apabila nilai *Tolerance* kurang dari 0,10 dan nilai VIF melebihi 10, maka model regresi diduga mengalami gejala multikolinearitas. Berikut merupakan Tabel hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini, yang menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada setiap variabel penelitian. Pada Tabel 4.4 disajikan hasil VIF atas semua variabel < 10 dan nilai tolerance yang dihasilkan semua variabel $> 0,10$.

Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Tolerance	VIF	Keterangan
Profitabilitas	0,837	1,194	Tidak terjadi multikolinearitas
Ukuran perusahaan	0,777	1,288	Tidak terjadi multikolinearitas
Penggunaan media sosial	0,860	1,163	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data sekunder yang diolah dengan IBM SPSS 26, 2026

7.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian selanjutnya yang tidak kalah penting adalah uji heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah varians residual pada model regresi bersifat konstan atau justru mengalami perbedaan pada setiap pengamatan. Pengujian ini perlu dilakukan karena tidak konsistennya varians residual dapat memengaruhi ketepatan model regresi dalam menjelaskan hubungan antar variabel penelitian. Dalam penelitian ini, deteksi heteroskedastisitas dilakukan melalui uji Glejser dan pengamatan grafik *scatterplot*. Pada uji *Glejser*, model regresi dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi variabel independen berada di atas 0,05. Selain itu, melalui grafik

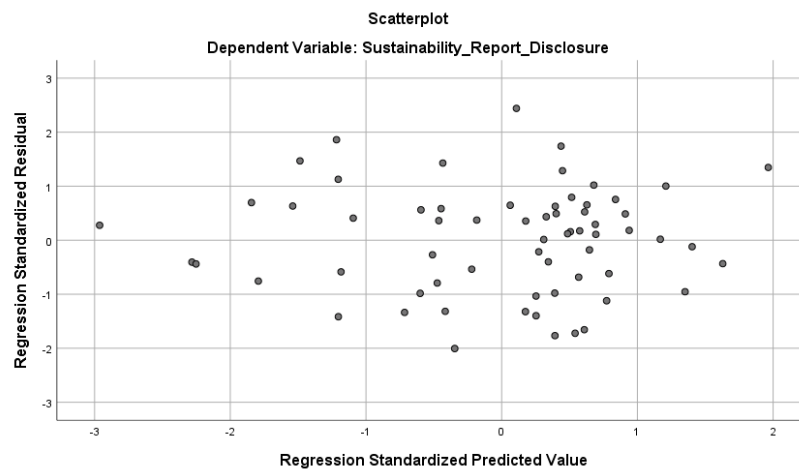
scatterplot, gejala heteroskedastisitas tidak terindikasi apabila titik-titik residual tersebar secara acak dan tidak membentuk pola penyebaran tertentu.

Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig	Keterangan
Profitabilitas	,161	Nilai residual terdistribusi secara normal.
Ukuran perusahaan	,118	Nilai residual terdistribusi secara normal.
Penggunaan media sosial	,575	Nilai residual terdistribusi secara normal.

Sumber: Data sekunder yang diolah dengan IBM SPSS 26, 2026

Berdasarkan hasil analisis Tabel 4.5 nilai signifikansi variabel profitabilitas sebesar 0,161, variabel ukuran perusahaan sebesar 0,118 dan variabel penggunaan media sosial sebesar 0,575. Hal ini menunjukkan bahwa penyebaran nilai residu pada model regresi tetap sehingga tidak terjadi perbedaan varians residual antarpengamatan. Selain uji *Glejser* yang telah ditampilkan pada Tabel 4.5, uji heteroskedastisitas juga bisa dilihat melalui grafik *scatterplot*. Pada gambar 4.3 terdapat hasil pengamatan pada grafik *scatterplot*, yang menunjukkan bahwa titik-titik residual tersebar secara tidak beraturan di sekitar sumbu. Selain itu, tidak terlihat adanya pola tertentu seperti pola bergelombang maupun pengelompokan titik pada area tertentu. Dengan demikian, model regresi memiliki residual yang tersebar secara konstan sehingga varians residual pada setiap pengamatan bersifat tetap.

Gambar 4.3 Grafik Scatterplot

Sumber: Data sekunder yang diolah dengan IBM SPSS 26, 2026

4.2.3 Uji Hipotesis

7.2.3.1 Uji Regresi Berganda

Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	24,197	24,799
	Profitabilitas	,075	,192
	Ukuran perusahaan	,535	,709
	Penggunaan media sosial	3,068	1,010

Sumber: Data sekunder yang diolah dengan IBM SPSS 26, 2026

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 24,197 + 3,086X_1 + 0,075X_2 + 0,535X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Pengungkapan laporan keberlanjutan

α = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien Regresi

X_1 = Penggunaan media sosial

X_2 = Profitabilitas

X_3 = Ukuran perusahaan

e = Error

Pada persamaan regresi di atas, nilai α sebagai konstanta dapat diinterpretasikan sebagai nilai dari variabel dependen (pengungkapan laporan keberlanjutan) pada saat variabel independen, yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, dan penggunaan media sosial, bernilai 0. Secara lebih terperinci, hasil persamaan tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

- 1 Apabila nilai profitabilitas, ukuran perusahaan dan penggunaan media sosial adalah nol (konstan), maka pengungkapan laporan keberlanjutan bernilai 24,197 seperti nilai konstanta (α).
- 2 Apabila nilai variabel penggunaan media sosial (X_1) naik 1 unit, maka variabel pengungkapan laporan keberlanjutan (Y) akan meningkat 3,086. Nilai koefisien regresi positif berarti kenaikan variabel (X_1) akan mendorong kenaikan variabel (Y), dengan pengaruh yang signifikan (H_1 diterima).
- 3 Apabila nilai variabel profitabilitas (X_2) naik 1 unit, maka variabel pengungkapan laporan keberlanjutan (Y) akan meningkat 0,075. Nilai koefisien regresi positif berarti kenaikan variabel (X_2) akan mendorong kenaikan variabel (Y), meskipun pengaruhnya tidak signifikan (H_2 ditolak).
- 4 Apabila nilai variabel ukuran perusahaan (X_3) naik 1 unit, maka variabel pengungkapan laporan keberlanjutan (Y) akan meningkat 0,535. Nilai koefisien regresi positif berarti kenaikan variabel (X_3) akan mendorong kenaikan variabel (Y), meskipun pengaruhnya tidak signifikan (H_3 ditolak).

- 5 Nilai e atau eror merupakan faktor lain yang berpengaruh terhadap variabel pengungkapan laporan keberlanjutan (Y), akan tetapi tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

7.2.3.2 Uji Signifikansi Simultan (F Test)

Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan dapat diketahui melalui uji F . Pengujian ini dilakukan untuk menilai apakah model regresi yang digunakan dalam penelitian sudah mampu menjelaskan hubungan antarvariabel penelitian dengan baik. Model regresi dinyatakan layak apabila nilai signifikansi berada di bawah 0,05. Selain itu, hasil uji juga dapat dilihat dari perbandingan antara nilai F hitung dan F Tabel.

Tabel 4.7 Hasil Uji Signifikansi Simultan (F Test)

Model	Sig.	Keterangan
Regression	,007 ^b	Variabel X secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

Sumber: Data sekunder yang diolah dengan IBM SPSS 26, 2026

Setelah melakukan analisis hasil uji signifikansi simultan, diperoleh nilai probabilitas 0,007. Berdasarkan ketentuan nilai probabilitas, apabila signifikansi berada di bawah 5% maka dinyatakan memenuhi kriteria F -Test. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini variabel independen profitabilitas, ukuran perusahaan, dan penggunaan media sosial secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan.

7.2.3.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian pada penelitian ini menggunakan nilai *adjusted R Square* (R^2) sebagai dasar penilaian terhadap kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai *adjusted R Square* yang semakin mendekati angka 1 menunjukkan

bahwa variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen dengan lebih baik. Sebaliknya, nilai *adjusted R Square* yang rendah mengindikasikan bahwa masih terdapat faktor lain di luar model penelitian yang memengaruhi variabel dependen. Oleh karena itu, koefisien determinasi digunakan untuk menilai tingkat ketepatan model regresi yang digunakan dalam penelitian.

Hasil pengujian pada Tabel 4.8 menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,142. Hal tersebut mengindikasikan bahwa variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, dan penggunaan media sosial memiliki kemampuan menjelaskan pengungkapan laporan keberlanjutan sebesar 14,2%. Sementara itu, sisanya sebesar 85,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	Adjusted R-Square	Keterangan
1	,142	Variabel X menjelaskan variasi variabel Y sebesar 14,2%.

Sumber: Data sekunder yang diolah dengan IBM SPSS 26, 2026

7.2.3.4 Uji Signifikansi Parameter Individual (T-Test)

Berbeda dengan uji F yang menguji variabel secara bersama-sama dan uji koefisien determinasi R^2 yang menguji apakah variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen, uji t digunakan untuk melihat pengaruh setiap variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Dari pengujian ini dapat diketahui variabel mana yang memiliki pengaruh signifikan dalam model penelitian. Suatu variabel dinyatakan berpengaruh apabila nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05.

Tabel 4.9 Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (T-Test)

Model		Sig	Keterangan
1	Profitabilitas	,695	Variabel X_1 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.
	Ukuran perusahaan	,454	Variabel X_2 tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.
	Penggunaan media sosial	,004	Variabel X_3 tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

Sumber: Data sekunder yang diolah dengan IBM SPSS 26, 2026

Berdasarkan hasil uji signifikansi parameter individual, diperoleh bahwa variabel (X_2) dan (X_3) memiliki nilai signifikansi 0,695 dan 0,454 yang lebih besar dari 0,05. Hal tersebut berarti (H_2) dan (H_3) ditolak karena kedua variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Kemudian (X_1) dengan signifikansi 0,004 atau lebih kecil dari 0,05, menunjukkan bahwa variabel penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan. Sehingga pada penelitian ini (H_1) diterima.

4.3 Interpretasi Hasil

4.3.1 Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pengungkapan Laporan Keberlanjutan

Berdasarkan hasil pengujian pada penelitian ini H_1 diterima, yang berarti perusahaan dengan penggunaan media sosial yang lebih tinggi cenderung memiliki pengungkapan laporan keberlanjutan yang lebih terbuka. Melalui media sosial, perusahaan dapat menyampaikan informasi mengenai aktivitas keberlanjutan secara lebih cepat, luas, dan berkelanjutan dibandingkan dengan media konvensional. Kemudahan akses terhadap informasi tersebut meningkatkan transparansi perusahaan sehingga mendorong perusahaan untuk melakukan

pengungkapan laporan keberlanjutan secara lebih terbuka. Selain itu, karakteristik media sosial yang interaktif dan komunikatif memungkinkan perusahaan memperoleh umpan balik secara langsung dari *stakeholder*, sehingga mendorong perusahaan untuk mempertahankan kualitas pengungkapan informasi keberlanjutan.

Penggunaan media sosial dalam pengungkapan laporan keberlanjutan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terbukti berpengaruh positif dan signifikan, sejalan dengan penelitian Utaminingsih *et al.* (2025). Media sosial menjadi platform yang mampu meningkatkan efektivitas pengungkapan keberlanjutan dibandingkan dengan media tradisional (Pizzi *et al.*, 2024). Kondisi tersebut berkontribusi terhadap pembentukan citra digital perusahaan yang pada akhirnya memengaruhi kinerja finansial maupun nonfinansial perusahaan (Rosamartina *et al.*, 2022). Penelitian Lodia *et al.* (2020) juga menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan, karena perusahaan mampu membangun kepercayaan *stakeholder* melalui keterbukaan informasi yang disampaikan. Namun demikian, hubungan positif antara penggunaan media sosial dan pengungkapan laporan keberlanjutan belum tentu tercermin dari tingkat keaktifan perusahaan dalam bermedia sosial. Penelitian Hogart *et al.* (2025) menunjukkan hasil yang kontradiktif dengan penelitian terdahulu maupun penelitian ini. Perbedaan hasil tersebut dapat dipengaruhi oleh perbedaan periode pengamatan, karakteristik sampel, serta intensitas penggunaan media sosial pada masing-masing perusahaan yang diteliti.

Hasil penelitian ini memperkuat teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan perlu memenuhi kebutuhan informasi *stakeholder* melalui penyampaian informasi yang transparan. Penggunaan media sosial memungkinkan perusahaan membangun komunikasi dua arah dengan *stakeholder* sehingga informasi mengenai aktivitas keberlanjutan dapat disampaikan secara lebih cepat, terbuka, dan mudah diakses (Lodhia *et al.*, 2020). Secara praktis, temuan ini menunjukkan bahwa media sosial dapat dimanfaatkan sebagai strategi komunikasi untuk meningkatkan transparansi, membangun reputasi perusahaan, serta memperkuat kepercayaan *stakeholder* terhadap komitmen perusahaan dalam menjalankan praktik keberlanjutan.

4.3.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Laporan Keberlanjutan

Pengujian terhadap hipotesis dua menghasilkan H_2 yang ditolak karena profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan. Kondisi ini diduga dipengaruhi oleh karakteristik sampel penelitian yang mencakup seluruh sektor perusahaan di BEI sehingga menghasilkan variasi nilai ROA yang cukup tinggi antarperusahaan. Selain itu, perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi belum tentu meningkatkan pengungkapan laporan keberlanjutan karena lebih memprioritaskan pencapaian kinerja finansial dibandingkan dengan pengungkapan informasi nonkeuangan. Dengan demikian, kemampuan perusahaan menghasilkan laba bukan menjadi faktor utama yang menentukan luas pengungkapan laporan keberlanjutan pada perusahaan yang menjadi sampel penelitian.

Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan perusahaan dalam mengungkapkan informasi keberlanjutan lebih dipengaruhi oleh komitmen terhadap isu sosial dan lingkungan dibandingkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba. Hasil penelitian ini sejalan dengan Saepudin *et al.* (2021) dan Hidayah dan Raihan (2024) yang menemukan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan. Salah satu penyebabnya adalah karena pengungkapan laporan keberlanjutan belum memberikan manfaat finansial secara langsung sehingga belum menjadi prioritas utama bagi sebagian perusahaan (Hidayah & Raihan, 2024).

Meskipun demikian, hasil penelitian ini berbeda dengan temuan Utaminingsih *et al.* (2025), Rahmadahani *et al.* (2025), Yohana dan Suhendah (2023), serta Suroso dan Sufiyati (2025) yang membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan. Perbedaan tersebut dapat dipengaruhi oleh karakteristik sampel, periode penelitian, serta perbedaan kondisi regulasi pada masing-masing penelitian. Di sisi lain, Nu *et al.* (2025) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan, yang menunjukkan bahwa perusahaan dengan profitabilitas rendah justru memanfaatkan pengungkapan keberlanjutan sebagai upaya membangun legitimasi dan citra positif di mata *stakeholder*. Dengan demikian, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa pengungkapan laporan keberlanjutan tidak semata-mata ditentukan oleh kemampuan perusahaan menghasilkan laba, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor lain, seperti karakteristik perusahaan, tekanan *stakeholder*, dan lingkungan regulasi.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa keputusan perusahaan dalam mengungkapkan laporan keberlanjutan tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan laba, tetapi juga oleh faktor regulasi dan tuntutan *stakeholder*. Meskipun teori *stakeholder* menjelaskan bahwa perusahaan dengan sumber daya yang lebih besar cenderung memenuhi kebutuhan informasi *stakeholder* melalui pengungkapan yang lebih luas (Rahmatullah & Hakam, 2025), implementasi POJK Nomor 51/POJK.03/2017 mendorong perusahaan tetap menyampaikan laporan keberlanjutan sebagai bentuk kepatuhan terhadap regulasi, terlepas dari tingkat profitabilitasnya. Secara praktis, temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan profitabilitas saja belum cukup untuk meningkatkan kualitas pengungkapan laporan keberlanjutan, sehingga perusahaan perlu mengintegrasikan komitmen keberlanjutan ke dalam strategi bisnis, sementara regulator perlu terus memperkuat implementasi dan pengawasan terhadap pelaporan keberlanjutan.

4.3.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Laporan Keberlanjutan

Berdasarkan hasil pengujian, hipotesis ketiga (H_3) ditolak karena ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa besar kecilnya skala perusahaan belum menjadi faktor utama yang menentukan luas pengungkapan laporan keberlanjutan pada perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2024. Kondisi ini diperkirakan dipengaruhi oleh karakteristik sampel penelitian yang mencakup seluruh sektor perusahaan, sehingga perusahaan dengan ukuran yang berbeda memiliki kebijakan dan prioritas pengungkapan keberlanjutan yang beragam.

Dengan demikian, ukuran perusahaan belum dapat dijadikan indikator yang secara konsisten memengaruhi pengungkapan laporan keberlanjutan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Utaminingsih *et al.* (2025) serta Yohana dan Suhendah (2023) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan. Namun, hasil tersebut berbeda dengan penelitian Damoft *et al.* (2025), Nu *et al.* (2025), Saepudin *et al.* (2021), serta Suroso dan Sufiyati (2025), yang kemungkinan disebabkan oleh perbedaan karakteristik sampel, periode penelitian, dan tingkat tekanan *stakeholder*. Berdasarkan teori *stakeholder*, perusahaan yang lebih besar memang cenderung menghadapi tekanan yang lebih tinggi dari *stakeholder*, tetapi hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perhatian terhadap isu keberlanjutan saat ini tidak lagi terbatas pada perusahaan besar saja. *Stakeholder* telah memperluas cakupan perhatiannya terhadap isu bisnis berkelanjutan, memprioritaskan kualitas bisnis seluruh industri yang tidak terbatas pada skalabilitas usaha.

Secara praktis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam melakukan pengungkapan laporan keberlanjutan tidak semata-mata ditentukan oleh besarnya skala usaha, tetapi juga oleh komitmen manajemen dalam menerapkan praktik keberlanjutan. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan dengan ukuran besar maupun kecil memiliki peluang yang sama untuk meningkatkan kualitas pengungkapan laporan keberlanjutan apabila didukung oleh kebijakan internal dan tata kelola yang memadai. Oleh karena itu, perusahaan perlu memandang pengungkapan laporan keberlanjutan sebagai bagian dari strategi jangka panjang untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas kepada

stakeholder, bukan hanya sebagai kewajiban administratif. Bagi regulator, temuan ini menunjukkan pentingnya memperkuat implementasi dan pengawasan kebijakan pelaporan keberlanjutan agar kualitas pengungkapan dapat diterapkan secara konsisten pada seluruh perusahaan tanpa memandang ukuran usahanya.