

# Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Motivasi Sosial Terhadap *Sustainability Report* Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2019-2022

Amda Rizqi Dwi Nofita<sup>1)</sup>, Yanti<sup>2)</sup>, Meliana Puspitasari<sup>3)</sup>

<sup>1)2)3)</sup> Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang  
<sup>1)</sup>[ak20.amdarizkidwinovita@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:ak20.amdarizkidwinovita@mhs.ubpkarawang.ac.id)

## Abstract

*Sustainability reports have now become a highlight and a need for companies as a means of informing all stakeholders about their economic, social and environmental performance. This research aims to find out how company size and social motivation influence sustainability reports. The population in this study are food and beverage sub-sector manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the 2019-2022 period. The sampling technique for this research uses a purposive sampling method so that there are 25 companies with a sample size of 100. The data processing technique in this research uses SmartPLS software version 3.0 with a Partial Least Square approach, namely: Outer model, Inner model, and Hypothesis Testing. The results of this research show that company size and social motivation influence the sustainability report.*

**Keywords:** *Company Size; Social Motivation; Sustainability Report*

## Abstrak

*Sustainability report* saat ini telah menjadi sorotan dan perhatian serta kebutuhan bagi perusahaan sebagai sarana untuk menginformasikan kinerja ekonomi, sosial, serta lingkungannya kepada seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana ukuran perusahaan dan motivasi sosial berpengaruh terhadap *sustainability report*. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2019-2022. Dalam teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* sehingga terdapat 25 perusahaan dengan jumlah sampel sebanyak 100. Teknik pengolahan data pada penelitian ini menggunakan *software* SmartPLS versi 3.0 dengan pendekatan *Partial Least Square* yaitu : *Outer model*, *Inner model*, dan Uji Hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan motivasi sosial berpengaruh terhadap *sustainability report*.

**Kata kunci:** *Ukruan Perusahaan; Motivasi Sosial; Sustainability Report*

## 1. PENDAHULUAN

Salah satu industri yang mendapatkan prioritas untuk dikembangkan yakni penerapan teknologi industri 4.0 pada sektor makan dan minuman. Sektor industri diharapkan untuk memperoleh manfaat dari peningkatan produktivitas dan investasi serta pengembangan tenaga kerja terampil sebagai hasil dari teknologi digital ini (Kementerian Perindustrian RI, 2021). Dilihat dari proses pertumbuhan presentase pada sektor makanan dan minuman dari tahun ke tahun terlihat kenaikannya, pada tahun 2019 mengalami peningkatan 7,78%, tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 1,58%, tahun 2021 mengalami peningkatan sebesar 2,54% dan tahun 2022 mengalami peningkatan lagi sebesar 4,90%. Meskipun pertumbuhan kenaikan pada industry makanan dan minuman tidak terlalu signifikan, namun semakin berkembang pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) industri makanan dan minuman akan semakin meningkat setiap tahunnya (Databoks, 2022).

Perusahaan dengan ukuran besar cenderung memiliki citra perusahaan yang baik, sehingga para manajer berusaha untuk menjaga reputasi perusahaannya agar tidak hanya meningkatkan kinerja ekonominya tetapi juga dengan melakukan aktivitas yang berkaitan dengan isu

lingkungan dan sosial (Hidayah & Yusuf, 2024). Ukuran perusahaan ini dapat cenderung secara fluktuatif dari tahun 2019-2022 mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun 2019 mengalami nilai sebesar 34,72, pada tahun 2020 mengalami peningkatan kembali sebesar 34,77, tahun 2021 mengalami peningkatan sebesar 34,95 dan tahun 2022 sebesar 35,09. Artinya, dari tahun ketahun bahwa ukuran perusahaan selalu mengalami peningkatan, walaupun dengan adanya covid-19 yang terjadi pada tahun 2020 pada sektor makanan dan minuman justru mengalami peningkatan, karena banyak masyarakat yang membutuhkan bahan pokok makanan dan minuman (Bursa Efek Indonesia, 2022). Hal ini juga berpengaruh pada motivasi sosial yang dilakukan perusahaan dengan memberikan dana CSR kepada masyarakat sekitar. Fenomena yang terjadi ini, bahwa pada tahun 2019 hingga tahun 2020 mengalami presentase sebesar 29,2%, pada tahun 2021 mengalami penurunan sebesar 28,7%, dan tahun terkahir mengalami penurunan kembali sebesar 28,6%, karena banyaknya perusahaan yang belum semua nya memberikan tanggung jawab sosial kepada masyarakat (Bursa Efek Indonesia, 2022). Perusahaan dituntut untuk transparan dalam memberikan informasi, memiliki tata kelola perusahaan yang baik, serta menjadi perusahaan yang akuntabel. *Sustainability report* belakangan ini telah menjadi isu utama dalam perusahaan sehingga tujuan perusahaan kini tidak hanya tertuju pada pencapaian keuntungan. Laporan keberlanjutan (*sustainability report*) merupakan bentuk laporan yang sukarela sebagai bentuk tanggung jawab sosial dan lingkungan sama halnya dengan motivasi sosial perusahaan kepada masyarakat (Tobing et al., 2019). *Sustainability report* ini merupakan sorotan penting bagi perusahaan dan memperhatikan suatu kebutuhan perusahaan dengan melalui faktor risiko ekonomi, sosial dan lingkungan kepada seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*) (Hidayah & Yusuf, 2024). Hal tersebut juga berpengaruh terhadap *sustainability report*, karena semakin perusahaan menerapkan *sustainability report* maka semakin bagus dalam mengintegrasikan kepentingan perusahaan pada pemangku kepentingan serta menjaga kualitas hidup secara berimbang dan menjadi tanggung jawab kinerja lingkungan terhadap lingkungan sekitar, sehingga menjadi sorotan bagi masyarakat (Bursa Efek Indonesia, 2022).

Pengungkapan laporan keberlanjutan (*sustainability report*) telah diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 51/PJOK.03/2017 yang menyatakan bahwa laporan keberlanjutan merupakan laporan yang diumumkan kepada masyarakat yang memuat kinerja ekonomi, keuangan sosial, dan lingkungan hidup suatu lembaga jasa keuangan, emiten, dan perusahaan public dalam perjalanan bisnis berkelanjutan (OJK, 2017). Maka dari itu seluruh perusahaan yang terdaftar di Indonesia wajib membuat laporan keberlanjutan (*sustainability report*).

*Sustainability report* merupakan media paling penting dalam sebuah perusahaan maupun organisasi, tujuan adanya *sustainability report* ini untuk memberikan informasi kinerja keuangan organisasi pada kegiatan sosial, lingkungan dan ekonomi kepada para pemangku kepentingan (*stakeholder*) (Hapsari, 2023). Indikator keberlanjutan pada sebuah laporan keuangan merupakan bentuk komitmen terhadap akuntabilitas suatu perusahaan yang mencakup kedalam dampak sosial, ekonomi dan lingkungan hidup, keberlanjutan dipandang sebagai tolak ukur penting dalam keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan (Yanti et al., 2023).

Ukuran perusahaan ini menunjukkan seberapa besar atau kecil perusahaan dalam menentukan keterbukaan yang dapat diterapkan oleh suatu perusahaan. Seiring meningkatnya suatu perusahaan, kemungkinan dalam mengungkapkan informasi yang lebih luas melalui pelaporan keberlanjutan akan semakin meningkat (Nioko et al., 2024). Secara umum suatu ukuran perusahaan dilihat dengan mengukur kapitalisasi pasar, total penjualan dan total asset (Alfajar Reza, 2024). Hal ini perusahaan besar akan berpotensi tinggi dalam merusak lingkungan serta memiliki banyak pemangku kepentingan (Indrianingsih & Agustina, 2020).

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi *sustainability report* dalam sebuah perusahaan adalah motivasi sosial manajemen perusahaan, motivasi sosial merupakan keinginan untuk bersedia mengeluarkan upaya tingkat tinggi demi tercapainya tujuan perusahaan yang di kondisikan oleh setiap individu dalam sebuah manajemen perusahaan dan diarahkan oleh seorang manajer dengan menciptakan kondisi organisasi melalui pembentukan budaya organisasi atau budaya bekerja agar pegawai merasa terdorong untuk lebih peduli terhadap kelangsungan hidup perusahaan baik dari sisi lingkungan, sosial maupun ekonomi yang pada akhirnya bisa menjadi tanggungjawab setiap individu untuk dilaporkan pada pengungkapan laporan keberlanjutannya perusahaan (Lubis, Kahfi,

2019). Demi tercapainya sustainability report dalam sebuah perusahaan individu dan sebuah manajemen diharapkan unggul dan yang lainnya berjuang lebih keras untuk dapat mengeluarkan motivasi sosialnya lewat kinerja individu (Grant, 2022).

Hasil penelitian (Imron & Hamidah, 2022) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan besarnya jumlah aset perusahaan melibatkan aktivitas operasi serta bersangkutan melalui keadaan ekonomi, lingkungan dan sosial masyarakat. Penelitian (Maryana & Carolina, 2021; Sinaga & Teddyani, 2020) menunjukkan variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *sustainability report*, karena perusahaan yang lebih besar mempunyai kemungkinan bahwa ukuran perusahaan mendapatkan strategi yaitu tekanan untuk bertanggung jawab atas aktivitas sosial. Sedangkan (Afifah et al., 2022 ; Antara et al., 2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap *sustainability report*, dikarenakan perusahaan besar dapat dinilai dengan total aset, nilai pasar, dan jumlah karyawan. Hal tersebut perusahaan yang ukurannya semakin besar akan mempunyai informasi dan sumber daya yang lebih banyak serta harus diteruskan kepada pemangku kepentingan. Perusahaan yang mencatat kinerja keuangan akan semakin besar pada suatu perusahaan dengan lebih baik dan mempunyai sumber daya yang besar serta motivasi yang lebih tinggi dalam pengakuan *stakeholder* (Yanti et al., 2022).

Selain faktor ukuran perusahaan, motivasi sosial juga dapat mempengaruhi *sustainability report*. Pandangan yang dibentuk oleh pengalaman dan pengamatan seseorang terhadap suatu objek atau peristiwa disebut persepsi. Kaitan antara persepsi dengan motivasi sosial ini dapat memberikan motivasi perusahaan dalam melakukan tanggungjawab sosial perusahaan kepada masyarakat sekitar (Puspitasari et al., 2020). Menurut penelitian yang dilakukan (Simões-coelho, 2021) menunjukkan motivasi sosial berpengaruh terhadap *sustainability report*, karena dengan adanya alasan faktor legitimasi yang paling umum dan kesuksesan pasar yang terjadi. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Grant, 2022; Hermawan & Gunardi, 2019) menunjukkan bahwa motivasi sosial ini berpengaruh terhadap *sustainability report*, dikarenakan dengan adanya dorongan individu dalam dunia perusahaan untuk mempertanggungjawabkan kegiatan aspek ekonomi, sosial dan lingkungan pada masyarakat sekitar. Semakin besar dana yang diberikan oleh perusahaan kepada masyarakat maka akan semakin bagus motivasi sosial yang dilakukan perusahaan dalam mengungkapkan *sustainability report*.

Penelitian terkait motivasi sosial terhadap *sustainability report* serta ukuran perusahaan masih sangat jarang, sehingga perlu diteliti lebih lanjut. Suatu perusahaan memiliki motivasi sosial untuk melakukan sesuatu dalam mencapai nilai sosial dan mendapatkan penghargaan serta pengakuan dari masyarakat. Impact yang terjadi jika tidak adanya motivasi sosial dalam perusahaan, maka tanggungjawab perusahaan menjadi dampak kepada masyarakat sekitar. Berdasarkan penelitian terdahulu sangat terbatas yang meneliti terkait motivasi sosial terhadap *sustainability report*, sehingga tertarik untuk meneliti variabel tersebut sebagai kebaruan. Oleh karena ini, penelitian merumuskan pertanyaan sebagai berikut :

RQ 1 : Bagaimana ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *sustainability report*?

RQ2 : Bagaimana motivasi sosial berpengaruh terhadap *sustainability report*?

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Theory Stakeholder

Freeman dan McVea (2005) mengemukakan bahwa *theory stakeholder* merupakan teori tentang kepada siapa perusahaan bertanggung jawab karena perusahaan bukanlah entitas independen dan memerlukan bantuan demi keberhasilan perusahaan (Berliana & Efendi, 2023). *Theory stakeholder* perusahaan akan mendapatkan dukungan dari seluruh stakeholder apabila perusahaan akan mendapatkan suatu keuntungan lebih besar atau sebanding dari partisipasi yang akan mereka berikan (Sofa & Respati, 2020). Point penting dalam teori ini ialah perusahaan mampu memiliki hubungan yang baik terhadap para stakeholdernya (N. A. Putri & NR, 2023).

*Theory stakeholder* merupakan tanggung jawab dari suatu perusahaan terhadap seluruh pemangku kepentingan tidak hanya berfokus terhadap investor dan pemilik perusahaan, karena pemangku kepentingan ialah pihak yang paling sering mempengaruhi ataupun dipengaruhi oleh tindakan suatu kegiatan perusahaan. *Stakeholder* ialah pihak internal ataupun eksternal memberikan pengaruh atas perusahaan, baik langsung ataupun tidak langsung. Hubungan

dengan ukuran perusahaan jika perusahaan besar memiliki internal *stakeholder* yang baik dalam pengambilan suatu keputusan, sehingga pihak manajemen mampu mempublikasikan laporan keuangan sesuai dengan standar dan integritas. Hal tersebut berdampak pada aset perusahaan yang diharapkan serta menjadi sumber ekonomi untuk memberikan usaha di kemudian hari, serta akan meningkat ketika keputusan diberikan para *stakeholder* sesuai yang diinginkan (Afifah et al., 2022). Hubungannya dengan motivasi sosial yaitu sebagai dorongan perilaku para *stakeholder* dalam memperoleh nilai sosial, karena dengan adanya keinginan dari pihak internal akan menimbulkan kepedulian terhadap masyarakat. Serta perusahaan akan memberikan pertanggungjawaban berupa dana yang diberikan kepada pihak eksternal yaitu pada masyarakat sekitar, sehingga perusahaan akan memiliki strategi yang baik dalam meningkatkan produktivitas dan mendapatkan citra perusahaan yang lebih baik (Aguirre et al., 2023). *Sustainability report* ini digunakan dalam menginformasikan aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Adanya *sustainability report* memungkinkan perusahaan mampu untuk memberikan kepada *stakeholder* (Antara et al., 2020).

## 2.2 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan yaitu identitas perusahaan yang diketahui oleh pihak investor. Jumlah perubahan kapasitas dan kemampuan produksi perusahaan, serta jumlah layanan yang dapat diberikan secara bersamaan. (Romadhani et al., 2022). Perusahaan dapat di kategorikan besar atau kecil tergantung pada ukuran perusahaan, sehingga perusahaan yang lebih besar kemungkinan dapat mengungkapkan tanggungjawab sosial lebih banyak dari pada perusahaan berskala kecil (Sinaga & Teddyani, 2020). Ukuran perusahaan ini biasanya menjadi pengukur terhadap perusahaan dalam pengelompokan sebagai perusahaan yang besar dan kecil, sehingga bisa dilihat melalui jumlah aset yang telah ditentukan (Budi & Maryono, 2022). Hal ini mencerminkan besar kecilnya suatu entitas yang mampu menarik minat investor, dan estimasinya bagaimana perusahaan dalam investasinya (Adhania & Nurdiana, 2024).

### Motivasi Sosial

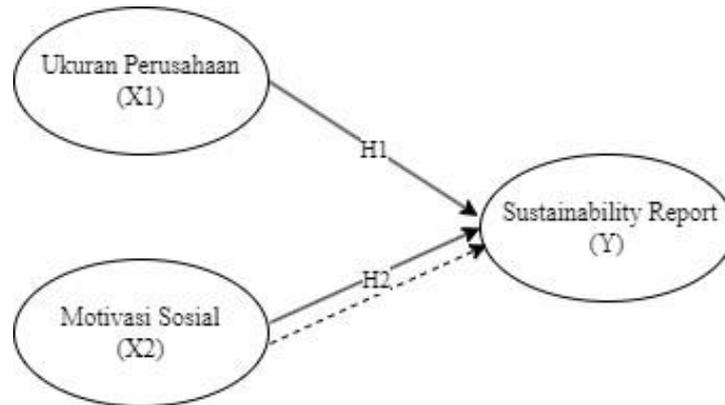
Motivasi sosial merupakan aktivitas individu yang didasari dari aktivitas personal dalam reaksinya terhadap orang lain, adapun nilai sosial yang menunjukkan sebuah faktor dalam memperlihatkan kemampuan individu (Huda & Widaryanti, 2023). Dorongan seseorang dalam melakukan perbuatan untuk memiliki tujuan yang bernilai sosial bisa diartikan juga sebagai motivasi sosial, yang dimana seseorang akan memperoleh penghargaan atau pengakuan dari lingkungan seseorang itu berada, motivasi juga mempunyai keterlibatan dengan seseorang yang ingin memiliki prestasi serta eksistensi yang didapatkan dan dimiliki oleh lingkungan (Rahayu et al., 2021). Motivasi sosial sangatlah penting bagi perusahaan, karena dengan adanya motivasi sosial mampu mendorong kegiatan tanggungjawab sosial perusahaan bergantung pada individu yang akan membuat keputusan (Grimstad et al., 2020). Dengan adanya motivasi sosial yang dimiliki oleh diri sendiri mampu akan mendorong seseorang untuk meningkatkan kualitas dirinya, terutama dalam mempertanggungjawabkan nilai sosial dalam perusahaan (Antas et al., 2022).

### Sustainability Report

*Sustainability report* yaitu laporan yang menyediakan data non-keuangan dan keuangan mengenai kegiatan sosial, ekonomi dan lingkungan yang memungkinkan pertumbuhan perusahaan menjadi lebih meningkat secara berkelanjutan. (Faisal Rizki Mufid, 2023). *Sustainability report* ialah alat ukur yang dapat digunakan oleh pemerintah dan perusahaan untuk menunjukkan pertanggungjawaban mereka kepada masyarakat (Afifah et al., 2022). Melalui *sustainability report*, kinerja organisasi dalam upaya akuntabilitas dan pengukuran untuk menetapkan pembangunan keberlanjutan bagi pemangku kepentingan internal dan eksternal (Andika & Anisah, 2022).

## KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Pada uraian yang telah disampaikan diatas, maka kerangka pemikiran yang terdapat pada penelitian ini yaitu :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Sustainability Report***

Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya suatu perusahaan, diukur berdasarkan total aset yang dimiliki perusahaan untuk mempengaruhi kepercayaan investor dalam mendorong pertumbuhan aset perusahaan pada kegiatan keberlanjutan (Imron & Hamidah, 2022). Fungsi ukuran perusahaan untuk mengetahui besar kecilnya aset atau laba suatu perusahaan, jika perusahaan tersebut terbilang besar dikatakan bahwa perusahaan memiliki aset serta laba yang besar begitupun sebaliknya (Jaya, 2020). Ukuran perusahaan bisa dihitung melalui kapitalisasi pasar, penjualan dan total aset (Aulia et al., 2023). Korelasi dengan *sustainability report* merupakan faktor penting pada suatu perusahaan dalam pengungkapan laporan keberlanjutan. Semakin besar perusahaan maka semakin besar pula perusahaan tersebut dalam melaksanakan tanggungjawab sosial dan pengungkapannya (A. E. G. Putri et al., 2022). Hasil penelitian dari (Afifah et al., 2022; Imron & Hamidah, 2022; Putra et al., 2023; Sofa & Respati, 2020) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *sustainability report*. Perusahaan besar akan mempunyai banyak aset serta aktivitas dalam berhubungan dengan para *stakeholder* dan perusahaan akan mengungkapkan laporan *sustainability report* secara lebih luas sebagai cara untuk berkomunikasi dan bagaimana perusahaan bertanggungjawab kepada semua *stakeholder*. Dengan ini dirumuskan hipotesisnya sebagai berikut :

H1: Ukuran Perusahaan Berpengaruh Terhadap *Sustainability Report*

### **Pengaruh Motivasi Sosial Terhadap *Sustainability Report***

Motivasi sosial adalah keinginan seseorang dalam upaya tingkat tinggi demi tercapainya tujuan perusahaan yang dikondisikan setiap individu dalam sebuah manajemen perusahaan yang diarahkan oleh seorang manajemen dengan terciptanya kondisi organisasi, untuk mendorong perusahaan lebih peduli terhadap pertanggungjawaban pengungkapan *sustainability report* baik dari segi sosial, ekonomi dan lingkungan (Lubis, Kahfi, 2019). Demi tercapainya pengungkapan *sustainability report* yang baik dalam sebuah manajemen perusahaan diharapkan unggul dan lainnya untuk bekerja keras lebih keras lagi untuk bisa mengeluarkan motivasi sosial melalui kinerja individu pada perusahaan (Grant, 2022). Hasil penelitian (Aguirre et al., 2023; Grant, 2022) menunjukan bahwa motivasi sosial berpengaruh terhadap *sustainability report*, karena semakin baik motivasi perusahaan yang dilakukan dalam mempertanggungjawabkan sosial akan semakin bagus dalam mengungkapkan *sustainability report* yang dilaksanakan oleh perusahaan. Dengan ini dirumuskan hipotesisnya sebagai berikut :

H2 : Motivasi Sosial Berpengaruh Terhadap *Sustainability Report*

## **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data yang digunakan berupa data sekunder. Populasi yang menjadi fokus penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Dengan jumlah 100 sampel yang diambil berdasarkan metode purposive sampling dengan rentang waktu 2019 hingga 2022, sampel yang digunakan pada penelitian ini memiliki kriteria sebagai berikut: pertama, merupakan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek

Indonesia pada rentang waktu 2019-2022. Terakhir, perusahaan tersebut menyajikan annual report dan sustainability report pada rentang waktu 2019-2022. Berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan oleh peneliti, sehingga dalam penelitian ini menggunakan analisis data dengan menggunakan software SmartPLS versi 3.0. Tahapan analisis data ini melalui tiga tahap yaitu analisis outer model, analisis inner model dan pengujian hipotesis.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Hasil

##### Deskripsi variabel

Tabel 1. Deskripsi Variabel

	Mean	Median	Min	Max	Standard Deviation	Excess Kurtosis	Skewness
X1	2.615.110.646.760	2.832.993.016.000	28.689.354.000	3.282.039.485.000	801.872.727.480	4.831	-2.509
X2	217.024.231.180	215.203.225.000	168.112.428.000	303.631.029.000	29.072.351.595	0.574	0.873
Y	345.604.080	351.648.000	32.967.000	538.462.000	92.586.869	2.672	-1.028

Sumber: Diolah Peneliti(2024)

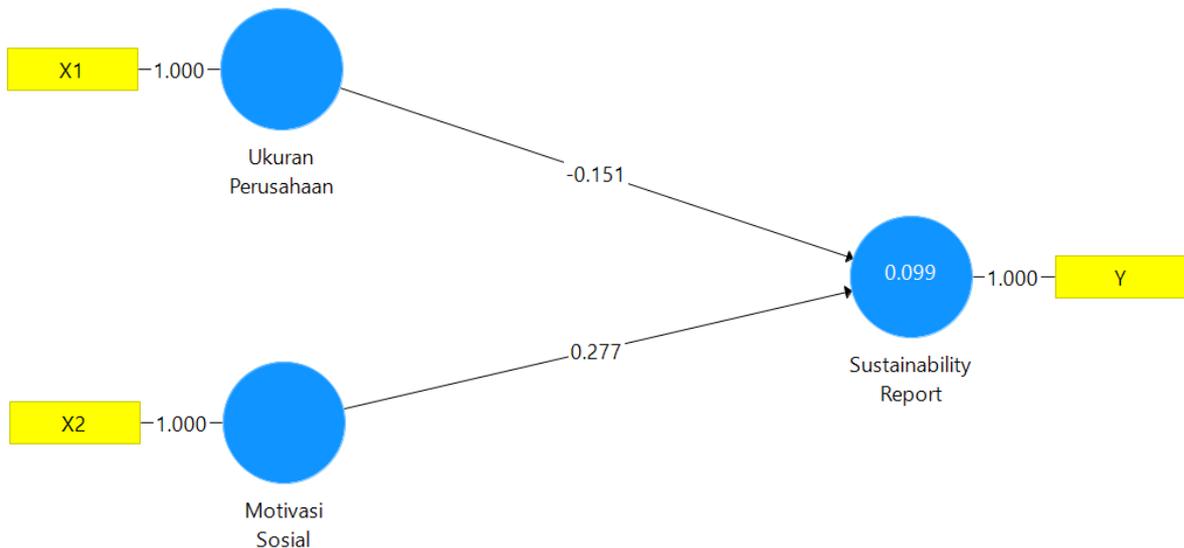
Hasil uji pada tabel 1 memiliki bahwa semua variabel yang digunakan pada ukuran perusahaan mendapatkan nilai rata-rata (mean) tertinggi sebesar 2.615.110.646.760 pada variabel x2 dengan nilai standar deviation sebesar 29.072.351.595. Maka, hasilnya menunjukkan setiap variabel memiliki nilai tinggi terhadap ukuran perusahaan.

##### Evaluasi Outer Model (Model Pengukuran)

##### Convergent Validity

##### 1. Nilai Loading Factor

Berikut adalah hasil uji *outer model* dari hasil pengolahan data pada SmartPLS yang menunjukkan nilai *outer model* sebagai berikut :



Gambar 2. Hasil Running SmartPLS

Sumber: Diolah Peneliti(2024)

Berdasarkan gambar 2 diketahui bahwa nilai loading factor seluruh variabel yang dilakukan oleh peneliti dapat dinyatakan realibel, karena mempunyai nilai diatas 0,70. Gambar tersebut diketahui bahwa setiap variabel memiliki nilai *loading factor* yaitu :

Tabel 2. Nilai Loading Factor

	Ukuran Perusahaan (X1)	Motivasi Sosial (X2)	Sustainability Report (Y)
X1	1.000		

X2		1.000	
Y			1.000

Sumber: Diolah Peneliti(2024)

Tabel 2 menjelaskan bahwa nilai *loading factor* pada seluruh variabel melebihi 0,70 sehingga memenuhi standar *convergent validty*. Jadi, berdasarkan penjelasan tersebut mendapati kesimpulan bahwa variabel penelitiannya telah sesuai dengan persyaratan pengukuran *convergent validity* dikatakan valid.

## 2. Construct Realibility and validity

**Tabel 3. Construct Realibility and Validity**

	Average Variance Extracted (AVE)
Ukuran Perusahaan	1.000
Motivasi Sosial	1.000
Sustainability Report	1.000

Sumber: Diolah Peneliti (2024)

Tabel 3 juga menunjukkan bahwa semua variabel penelitian ini mempunyai nilai AVE sebesar 1,000. Ukuran perusahaan senilai 1,000, motivasi sosial senilai 1,000 dan *sustainability report* senilai 1,000. Dapat disimpulkan bahwa hasil tersebut dikatakan *valid* karena sudah memenuhi nilai *cross loading* sebesar 0,50.

## Discriminant Validity (Validasi Diskriminan)

### 1. Cross Loading

**Tabel 4. Nilai Cross Loading**

	Ukuran Perusahaan (X1)	Motivasi Sosial (X2)	Sustainability Report (Y)
X1	1.000	0.007	-0.150
X2	0.007	1.000	0.276
Y	-0.150	0.276	1.000

Sumber: Diolah Peneliti(2024)

Tabel 4 menunjukkan bahwa *cross loading* setiap indikator yang diukur dengan variabelnya mempunyai nilai  $> 0,70$  dan mempunyai nilai lebih besar dibandingkan dengan *cross loading* dari indikator yang diukur dengan variabel lain. Hal tersebut memberikan kesimpulan bahwa setiap variabel memiliki korelasi sesuai dengan kriteria pengukuran *discriminant validity*.

### 2. Fornell Lacker Criterion

**Tabel 5. Fornell Lacker Criterion**

	Ukuran Perusahaan	Motivasi Sosial	Sustainability Report
Ukuran Perusahaan	1.000		
Motivasi Sosial	0.007	1.000	
Sustainability Report	-0.150	0.276	1.000

Sumber: Diolah Peneliti(2024)

Tabel 5 pada *fornell lacker criterion* memperoleh nilai pada setiap variabel yaitu : nilai korelasi variabel ukuran perusahaan senilai 1,000. Motivasi sosial senilai 1,000 lebih besar dari korelasi antara ukuran perusahaan. Variabel *sustainability report* memiliki nilai korelasi lebih tinggi sebesar 1,000 dibanding variabel lainnya.

## Uji Reliabilitas

Uji realibilitas ini dapat dilakukan dengan cara melihat *composite realibility* dan nilai *cronbach's alpha*. Variabel dinyatakan realibel, jika memiliki nilai *composite realibility* lebih dari 0,70. Berikut adalah tabel uji reliabilitas :

**Tabel 6. Uji Reliabilitis**

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability

Ukuran Perusahaan	1.000	1.000
Motivasi Sosial	1.000	1.000
Sustainability Report	1.000	1.000

Sumber: Diolah Peneliti(2024)

Tabel 6 menunjukkan bahwa hasil uji yang diperoleh dari *cronbach's alpha* variabel ukuran perusahaan, motivasi sosial dan pengungkapan *sustainability report* dengan nilai 1,000 melebihi nilai diatas 0,70. Sedangkan nilai yang diperoleh dari *composite reliability* pada variabel ukuran perusahaan, motivasi sosial dan pengungkapan *sustainability report* dengan nilai 1,000 yang diatas 0,70. Sehingga, dari penjelasan tersebut didapatkan kesimpulan bahwa variabel dalam penelitian telah memenuhi kriteria dari pengukuran realibilitas dan nilai realibilitas dapat dikatakan realibel.

### Uji Model Struktural (*Inner Model*)

#### R-Square

Tabel 7. R-Square

	R Square	R Square Adjusted
Sustainability Report	0.099	0.080

Sumber: Diolah Peneliti(2024)

Tabel 7 didapat nilai R-Square pada variabel pengungkapan *sustainability report* bernilai sebesar 0,099 artinya variabel ini bisa memberikan kontribusi dari variabel ukuran perusahaan dan motivasi sosial sebanyak 9,9% sedangkan yang tersisa diberikan penjelasan dari variabel lain.

#### Uji Hipotesis

Tabel 8. Path Coefficient

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
Ukuran Perusahaan -> Sustainability Report	-0.151	-0.151	0.076	2.002	0.046
Motivasi Sosial -> Sustainability Report	0.277	0.270	0.073	3.801	0.000

Sumber: Diolah Peneliti(2024)

Tabel 8 merupakan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa hasil dari pengujian hipotesis dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil hubungan ukuran perusahaan terhadap *sustainability report*. Nilai ini dibuktikan bahwa nilai *original sampel* sebesar -0,151, nilai T-statistic 2.002 dan p-value sebesar 0,046 > 0,05). Hal tersebut menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *sustainability report*.
2. Sedangkan hasil hubungan motivasi sosial terhadap *sustainability report*. Nilai ini dibuktikan bahwa dengan nilai *original sampel* 0,277, nilai T-statistic 3,801 dan p-values sebesar 0,000 < 0,05). Hal tersebut menyatakan bahwa motivasi sosial berpengaruh signifikan terhadap *sustainability report*.

### Pembahasan

#### Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Sustainability Report

Sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan, pengaruh ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *sustainability report*. Penentuan ukuran besar kecilnya perusahaan bisa dilihat dari jumlah karyawan, volume penjualan dan total aset. Kapasitas perusahaan untuk menghasilkan laporan keberlanjutan meningkat seiring dengan ukurannya (Putra et al., 2023). Dengan demikian, perusahaan yang berskala besar akan lebih banyak menimbulkan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan sekitar. Bagi sebuah perusahaan besar memantau aktivitas mereka sangatlah mudah, sehingga bagi pemangku kepentingan dapat menerapkan sistem pelaporan yang lebih detail dan efisien (Aulla et al., 2022). Perusahaan dengan perkembangan yang pesat akan menunjukkan aktiva serta skala besar dalam penjualan. Dari penjualan besar

tersebut, perusahaan mendapatkan pendapatan yang besar. Sehingga laporan *sustainability report* dapat dibagikan dan dilakukan oleh perusahaan (Nioko et al., 2024). Hasil ini sama halnya dengan penelitian Afifah et al., (2022), Imron & Hamidah, (2022), Putra et al., (2023), Nioko et al., (2024) dan Aulla et al., (2022) mengatakan bahwa ukuran perusahaan terhadap *sustainability report* berpengaruh signifikan.

#### **Pengaruh Motivasi Sosial Terhadap Sustainability Report**

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, variabel motivasi sosial berpengaruh signifikan terhadap *sustainability report*. Motivasi sosial sebagai dorongan individu pada suatu perusahaan dalam upaya tingkat tinggi agar tercapainya tujuan perusahaan yang dikondisikan setiap individu pada sebuah manajemen perusahaan (Lubis, Kahfi, 2019). Motivasi sosial sangatlah penting bagi perusahaan karena untuk memberikan sebuah dorongan dan penghargaan bagi perusahaan itu sendiri, perusahaan mampu untuk memberikan pertanggungjawaban berupa dana sosial kepada masyarakat untuk kepentingan masyarakat itu sendiri dengan dilakukannya kegiatan bantuan sosial. Dengan demikian motivasi pada suatu perusahaan begitu penting agar masyarakat sekitar tau bahwa perusahaan benar menyajikan adanya *sustainability report* dengan berupa kegiatan tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) (Aguirre et al., 2023). Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Aguirre et al., (2023) dan (Grant, 2022) mengatakan jika motivasi sosial dapat memberikan pengaruh terhadap *sustainability report*.

#### **5. KESIMPULAN**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, motivasi sosial terhadap *sustainability report* di perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Hasil dari analisis pengujian yang sudah dilakukan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *sustainability report*. Hal ini terjadi karena semakin besar ukuran perusahaan dalam menyajikan laporan *sustainability report*. Pihak eksternal memiliki tujuan untuk mengetahui apakah perusahaan yang dimaksud memiliki sikap kepedulian terhadap ruang lingkup sekitar. Sedangkan variabel motivasi sosial berpengaruh signifikan terhadap *sustainability report*, karena dengan adanya dorongan perusahaan dalam memberikan kegiatan pada masyarakat itu sendiri.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Adhania, L., & Nurdiana, D. (2024). Influence of Financial Performance, Company Size and Company Age on Disclosure of Sustainability Reports in Non-Financial Companies on IDX 2019-2021. *International Journal of Multidisciplinary Approach Research and Science*, 2(02), 575–585. <https://doi.org/10.59653/ijmars.v2i02.628>
- Afifah, N., Fujianti, L., & Mandagie, Y. R. O. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sustainable Reporting. *Jurnal Universitas Pancasila*, 2(1), 19–34.
- Aguirre, C., Ruiz de Maya, S., Palazón Vidal, M., & Rodríguez, A. (2023). Consumer motivations for engaging with corporate social responsibility on social media. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 27(2), 202–220. <https://doi.org/10.1108/SJME-05-2022-0106>
- Alfajar Reza, T. S. (2024). Pengaruh Tekanan Stakeholder dan Ukuran Perusahaan terhadap Sustainability Report Assurance: Studi Empiris pada Perusahaan Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2017-2021. 6(1), 250–269.
- Andika, Y. bela, & Anisah, N. (2022). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Makanan dan Minuman. *Seminar Nasional Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis Vol 6 No 1, Januari – Juni 2022*, 6(1), 1–12. Kinerja Keuangan, Dimensi Ekonomi, Dimensi Lingkungan, Dimensi Sosial, BEI%0AAbstract
- Antara, D. M. D. J., Putri, I. G. A. M. A. D., Ratnadi, N. M. D., & Wirawati, N. G. P. (2020). Effect of Firm Size, Leverage, and Environmental Performance on Sustainability Reporting. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 4(1), 40–46. [www.ajhssr.com](http://www.ajhssr.com)
- Antas, T. A., Wardani, D. K., & Primastiwi, A. (2022). Pengaruh Persepsi Biaya Pendidikan,

- Motivasi Sosial, Dan Motivasi Karir Terhadap Pilihan Berkarir Di Bidang Perpajakan Dengan Minat Mengikuti Brevet Pajak Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(6), 1191–1204. <https://www.bajangjournal.com/index.php/JCI/article/view/1458%0A>
- Aulia, R. S., Yanti, & Nasihin, I. (2023). Pengaruh Kinerja Lingkungan, Biaya Lingkungan Dan Ukuran perusahaan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 326–341. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.46>
- Aulla, I., Askandar, N. S., & Sari, A. F. K. (2022). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN TIPE INDUSTRI TERHADAP PENGUNGKAPAN SUKARELA PELAPORAN KEBERLANJUTAN (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020). *E-Jra*, 11(09), 84–92.
- Berliana, A., & Efendi, D. (2023). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sustainability Report. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 12(4), 721–726.
- Budi, H. D. S., & Maryono. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kebijakan Deviden, dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 13(04), 1257–1266.
- Bursa Efek Indonesia. (2022). *Bursa Efek Indonesia*.
- Databoks. (2022). *Industri Makanan dan Minuman Nasional Mulai Bangkit dari Pandemi Covid-19*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/31/industri-makanan-dan-minuman-nasional-mulai-bangkit-dari-pandemi-covid-19>
- Faisal Rizki Mufid, I. (2023). THE EFFECT OF DISCLOSURE OF SUSTAINABILITY REPORTS AND CORPORATE GOVERNANCE ON THE FINANCIAL PERFORMANCE OF COMPANIES IN THE ASEAN REGION under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY-NC 4.0). *Jurnal Ekonomi*, 12(02), 2023. <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>
- Grant, A. M. (2022). *Motivasi Sosial di Tempat Kerja : Psikologi Organisasi dalam Upaya untuk , Melawan , dan dengan Orang Lain*.
- Grimstad, S. M. F., Glavee-Geo, R., & Fjørtoft, B. E. (2020). SMEs motivations for CSR: an exploratory study. *European Business Review*, 32(4), 553–572. <https://doi.org/10.1108/EBR-01-2019-0014>
- Hapsari, M. D. (2023). Analisis Penerapan Laporan Keberlanjutan (Sustainability Report) terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 4(1), 65–72.
- Hermawan, A., & Gunardi, A. (2019). Entrepreneurship and Sustainability Issues Motivation for Disclosure of Corporate Social Responsibility: Evidence From Banking Industry in Indonesia. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 6(3), 1297–1306. <http://jssidoi.org/jesi/http://doi.org/10.9770/jesi.2018.6.3%0Ahttp://jssidoi.org/esc/home>
- Hidayah, A. F., & Yusuf, M. (2024). *PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL, PROFITABILITAS, DAN LEVERAGE TERHADAP PENGUNGKAPAN SUSTAINABILITY REPORT*. 24(02), 2–15.
- Huda, M. M., & Widaryanti. (2023). *Minat Mahasiswa Akuntansi Untuk Mengikuti Pendidikan ( Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi Di Stie Pelita*. 02(03), 320–332.
- Imron, A., & Hamidah. (2022). Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Struktur Modal Terhadap Pengungkapan Sustainability Report. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 22(1), 1–13.
- Indrianingsih, I., & Agustina, L. (2020). The Effect of Company Size, Financial Performance, and Corporate Governance on the Disclosure of Sustainability Report. *Accounting Analysis Journal*, 9(2), 116–122. <https://doi.org/10.15294/aaj.v9i2.31177>
- Jaya, S. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan (Firm Size) dan Profitabilitas (ROA) Terhadap Nilai Perusahaan (Firm Value) Pada Perusahaan Sub Sektor Property dan Real Estate di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Manajemen Motivasi*, 16(1), 38. <https://doi.org/10.29406/jmm.v16i1.2136>
- Kementerian Perindustrian RI. (2021). *Industri Makanan dan Minuman Diakselerasi Menuju Transformasi Digital*. <https://kemenperin.go.id/artikel/22485/Industri-Makanan-dan->

- Minuman-Diakselerasi-Menuju-Transformasi-Digital).
- Lubis, Kahfi, N. (2019). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Keuangan Pada PTPN 1 Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*, 2(1), 52–61. <https://doi.org/10.30988/jmil.v2i1.25>
- 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), 36–47. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v25i1.4941>
- Nioko, R., Hendrani, A., Akuntansi, P. S., Unggul, U. E., Studi, P., Akuntansi, M., & Unggul, U. E. (2024). *THE EFFECT OF PROFITABILITY, ACTIVITY, LEVERAGE, COMPANY SIZE, BOARD OF DIRECTORS AND AUDIT COMMITTEE ON SUSTAINABILITY REPORT DISCLOSURE*. 7, 5780–5801.
- Nursyabani, N., Yanti, Y., & Rachpriliani, A. (2023). The Effect of Green Innovation and Sustainability Report on the Financial Performance of MSMEs in Karawang. *International Journal of Social Science and Human Research*, 6(08), 4844–4853. <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v6-i8-32>
- OJK. (2017). *POJK No. 51 /POJK.03/2017 tentang penerapan keuangan berkelanjutan bagi lembaga jasa keuangan, emiten, dan perusahaan publik*. 1–15.
- Puspitasari, M., Nasihin, I., Akuntansi, P. S., & Perjuangan, U. B. (2020). *Preferensi dan persepsi publik terhadap perbankan syariah di jawa barat 1*. 401–410.
- Putra, I. G. C., Santosa, M. E. S., & Juliantari, N. K. D. P. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Karakteristik Perusahaan, Kepemilikan Asing dan Komisaris Independen Terhadap Sustainability Reporting Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 22(1), 18–29. <https://doi.org/10.22225/we.22.1.2023.18-29>
- Putri, A. E. G., Fauzi, M. A., Suratman, S. S., & Herdiansyah, E. (2022). The Effect Of Profitability, Company Size, Board Of Commissioners, And Audit Committee On Sustainability Report Disclosure. *Akuntansi Dewantara*, 6(2), 48–59. [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id),
- Putri, N. A., & NR, E. (2023). Pengaruh Tekanan Karyawan, Tekanan Pemegang Saham dan Gender Diversity terhadap Kualitas Sustainability Report. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 5(4), 1478–1496. <https://doi.org/10.24036/jea.v5i4.1019>
- Rahayu, A. A., Erawati, T., & Primastiwi, A. (2021). Pengaruh Motivasi Pengetahuan Perpajakan, Motivasi Karir, Motivasi Kualitas, Motivasi Sosial, Dan Motivasi Ekonomi Terhadap Minat Mahasiswa Mengikuti Program Brevet Pajak. *Amnesty: Jurnal Riset Perpajakan*, 4(2), 240–264. <https://doi.org/10.26618/jrp.v4i2.6324>
- Romadhani, A., Saifi, M., & Nuzula, N. F. (2022). PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN DAN KEBIJAKAN DIVIDEN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(2), 71–81.
- Simões-coelho, M. F. (2021). *Mengapa Perusahaan Terlibat dalam Keberlanjutan? Proposisi dan Kerangka Motivasi*. 2, 1–32.
- Sinaga, I., & Teddyani, S. (2020). *Juni 2020) 1)2) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gentiaras Jl. Purnawirawan Raya No.14, Gedong Meneng*. 2(2).
- Sofa, F. N., & Respati, N. W. (2020). Pengaruh Dewan Direksi, Dewan Komisaris Independen, Komite Audit, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sustainability Report (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017). *DINAMIKA EKONOMI Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 39.
- Tobing, R. A., Zuhrotun, Z., & Ruserlistyani, R. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan, dan Good Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Sustainability Report pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 3(1), 102–123. <https://doi.org/10.18196/rab.030139>
- Yanti, Pasupati, B., & Husain, T. (2022). Determinants of Audit Report Lag during the Covid-19 Pandemic: A Study on Companies Conducting IPOs and Indexed LQ-45. *Jurnal Ilmiah Akuntansi* •, 7(1), 19–38. <https://doi.org/10.23887/jia.v7i1.30835>

---

**Biodata Penulis**

**Amda Rizqi Dwi Nofita**, lahir di Banyumas pada tanggal 11 November 2001. Latar belakang Pendidikan terakhir penulis pada tahun 2020 lulusan SMK Negeri 3 Karawang. Saat ini merupakan mahasiswa akhir Program Studi Akuntansi di Universitas Buana Perjuangan Karawang.

**Yanti, SE., M.Ak**, lahir di Ciamis pada tanggal 11 Juli 1981. Latar belakang Pendidikan terakhir saat ini telah menyelesaikan S2 Akuntansi di Universitas Mercubuana. Kesibukan saat ini sebagai tenaga pengajar di Universitas Buana Perjuangan Karawang sekaligus sebagai peneliti dalam bidang akuntansi.

**Meliana Puspitasari, SE., M.Ak**, lahir di Jakarta pada tanggal 31 Mei 1991. Latar belakang Pendidikan terakhir saat ini telah menyelesaikan studi Sarjana Ekonomi dan S2 Magister Akuntansi di Universitas Widyatama Bandung. Kesibukan saat ini menjadi (Dosen) tetap di Universitas Buana Perjuangan Karawang.