



Jurnal Politeknik Caltex Riau

<https://jurnal.pcr.ac.id/index.php/jakb/>

| e- ISSN: 2476-9460 (Online) | p- ISSN : 2085-0751 (Print)

**Pengaruh *Advertisement Intensity*, *Nature of Industry*, dan *Listing Category of a Company* terhadap *Sustainability Report Disclosure* dengan *Intellectual Capital* sebagai Variabel Moderasi
(Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2018)**

Yuliza¹, Emrinaldi Nur DP² dan Meilda Wiguna³¹Universitas Riau, Program Studi Akuntansi, email: yulizapilliang7@gmail.com²Universitas Riau, Program Studi Akuntansi, email: enurdp@yahoo.co.uk³Universitas Riau, Program Studi Akuntansi, email: meilda.wiguna@lecturer.unri.ac.id**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan faktor-faktor yang mempengaruhi sustainability report disclosure. Faktor-faktor yang diuji dalam penelitian ini adalah advertisement intensity, nature of industry, listing category of a company, dan intellectual capital sebagai variabel moderasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2016-2018. Total sampel dalam penelitian ini adalah 37 perusahaan dengan teknik pengambilan sampel yaitu purposive sampling. Analisis data digunakan dengan menggunakan regresi linear berganda yang diolah dengan bantuan program SPSS versi 21. Hasil menunjukkan bahwa advertisement intensity dan nature of industry berpengaruh terhadap sustainability report disclosure. Sedangkan listing category of a company tidak berpengaruh terhadap sustainability report disclosure. Sementara itu, intellectual capital dapat memoderasi pengaruh hubungan advertisement intensity terhadap sustainability report disclosure. Pengaruh variabel independen untuk menggambarkan variabel dependen serta variabel moderasi yang mempengaruhi variabel independen terhadap variabel dependen adalah 32,8% sedangkan sisanya 67,2% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci: *Sustainability Report Disclosure, Advertisement Intensity, Nature of Industry, Listing Category of a Company, Intellectual Capital.*

Abstract

This study aims to prove the factors that affect the sustainability report disclosure. The factors tested in this study are advertisement intensity, nature of industry, listing category of a company, and intellectual capital as moderating variables. The population in this study are all companies listed on the IDX for the 2016-2018 period. The total sample in this study were 37 companies with the sampling technique, namely purposive sampling. Data analysis was used using multiple linear regression processed with the help of SPSS version 21. The results show that advertisement intensity and nature of industry affect the sustainability report disclosure. Meanwhile, listing category of a company has no effect on the sustainability report disclosure. Meanwhile,

intellectual capital can moderated the effect of the advertisement intensity relationship on the sustainability report disclosure. The influence of the independent variable to describe the dependent variable and the moderating variable that affects the independent variable on the dependent variable is 32,8% while the remaining 67,2% is influenced by other variables.

Keywords: *Sustainability Report Disclosure, Advertisement Intensity, Nature of Industry, Listing Category of a Company, Intellectual Capital.*

1. Pendahuluan

Semakin banyak perusahaan berkembang, maka pada saat itu juga mulai muncul kesenjangan sosial serta kerusakan lingkungan sekitarnya yang dapat terjadi, oleh karena itu muncul kesadaran untuk mengurangi dampak negatifnya (Wiwoho) [1]. Menurut *Global Reporting Initiative* [2], *Sustainability Report* adalah praktek pengukuran, pengungkapan, dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi kepada *stakeholders* baik internal maupun eksternal serta menyediakan gambaran yang berimbang dan masuk akal dari kinerja keberlanjutan sebuah organisasi, baik kontribusi yang positif maupun kontribusi yang negatif. Gambaran yang dimaksud berupa *narrative text*, foto, tabel, dan grafik. Banyaknya kasus yang terjadi akibat dari pengembangan lingkungan bisnis yang kompleks dan terus-menerus membuat banyak perubahan industri skala besar dan globalisasi serta pada aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial yang cenderung mengalami perubahan kearah negatif dan berdampak kearah lingkungan. Masalah terhadap lingkungan seperti kasus Pencemaran Laut yang terulang kembali pada tahun 2019 dimana tumpahan minyak di perairan laut dan pantai Kawarang telah mengancam sumber-sumber kehidupan dan keberlanjutan layanan alam bahkan tumpahan minyak sudah mencapai bagian timur kepulauan seribu (WalhiJakarta.org -29/07/2019). Masalah terhadap masyarakat seperti kasus keributan antara Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) dengan PB Djarum untuk mempertajam pertanyaan publik terhadap tanggung jawab sosial industri rokok. Hasil Riset Kementerian Kesehatan menunjukkan bahwa perokok mengenali rokok dari melihat billboard 89,3 persen, media elektronik dan cetak 62,7 persen, barang atau benda dari logo rokok yang dimiliki 9 persen, dan ditawarkan rokok gratis oleh perwakilan perusahaan rokok 7,9 persen. Perokok mulai merokok karena beberapa faktor berikut: 46,3 persen remaja melihat iklan rokok terpengaruh untuk mulai merokok, 41,5 persen kegiatan merokok karena disponsori oleh industri rokok, 29 persen remaja merokok ketika melihat iklan rokok, dan 8 persen remaja yang berhenti merokok kembali merokok karena mengikuti kegiatan yang disponsori rokok (Detik.com - 09/09/2019). Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk lebih peka terhadap lingkungan dan sosial masyarakat melalui laporan keberlanjutan agar publik mengetahui kinerja perusahaan terkait untuk memelihara lingkungan sosial dan mendorong kemajuan masyarakat. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi perusahaan terhadap *sustainability report disclosure*.

Salah satu faktor yang mempengaruhi *sustainability report disclosure* adalah *advertisement intensity*. Menurut Suhandang [3], *advertisement intensity* merupakan ukuran pengeluaran yang signifikan dilakukan oleh perusahaan melalui media (*offline* maupun *online*) dengan harapan akan memberikan peluang yang lebih kepada perusahaan tersebut dengan membayar jasa penyiaran iklannya. Kemudian *nature of industry* karena termasuk perusahaan yang menjalankan aktivitas ekonomi dan tergolong dalam sektor sekunder (Sukirno) [4]. Selain itu ada faktor dari *listing category of a company* dimana Abdulkadir [5] mengatakan *listing category of a company* mengacu pada badan hukum dan perbuatan badan usaha dalam menjalankan usahanya. Pencatatan perusahaan menjadi *go-public* atau perusahaan terbuka dan tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Selain itu *intellectual capital* menjadi salah satu faktor variabel moderasi. Menurut Ikhsan [6] *intellectual capital* merupakan aset tidak berwujud (*intangible asset*) yang dimiliki perusahaan yang menggambarkan nilai total dari perusahaan

tersebut yang bersumber dari tiga pilar yaitu modal manusia (*human capital*), modal structural (*structural capital*), dan modal pelanggan (*customer capital*).

2. Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Stakeholder Theory*

Istilah *stakeholder* pertama kali dicetuskan oleh Freeman, *literature* yang telah melahirkan berbagai pendekatan dibidang penelitian. *Stakeholder* merupakan pihak internal dan eksternal, seperti: pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga di luar perusahaan (LSM dan sejenisnya), lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja perusahaan, kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perusahaan (Hadi) [7].

2.1.2 *Legitimacy Theory*

Shocker dan Sethi menjelaskan tentang konsep kontrak sosial, bahwa semua organisasi mempunyai kontrak sosial baik eksplisit maupun implisit, dimana pertumbuhan dan kelangsungan hidup organisasi tergantung pada apa yang dikontribusikan perusahaan terhadap masyarakat luas. Keberadaan perusahaan dan aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan akan mendapatkan "status" atau "restu" dari masyarakat tempat perusahaan beroperasi tergantung dari kontribusi sosial yang diberikan oleh perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri) [8].

2.1.3 *Agency Theory*

Menurut John dan Richard diterjemahkan oleh Yanivi dan Cristine (Pearce II *et al.*) [9] ketika kepentingan manajer berbeda dengan kepentingan pemilik, maka keputusan yang diambil oleh manajer kemungkinan besar akan mencerminkan preferensi manajer dibandingkan dengan pemilik. Pengungkapan laporan keberlanjutan merupakan salah satu komitmen manajemen untuk meningkatkan kinerjanya terutama dalam kinerja sosial. Dengan demikian, manajemen akan mendapatkan penilaian positif dari *stakeholders*.

2.1.4 *Konsep Tripple Bottom Line*

Elkington [10] mempopulerkan *The triple bottom line* yang merupakan kerangka akuntansi dengan tiga bagian: sosial, lingkungan (ekologi), dan keuangan (*profit*) melalui bukunya "*Cannibals with Forks, the Tripple Bottom Line of Twentieth Century Business*". Perusahaan yang ingin berkelanjutan harus memperhatikan 3P. selain mengejar keuntungan (*profit*), perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat dalam pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga keseimbangan kelestarian lingkungan (*planet*).

2.2 Tinjauan Pustaka

2.2.1 *Sustainability Report Disclosure*

Menurut *Global Reporting Initiative* [2], *Sustainability Report* adalah praktek pengukuran, pengungkapan, dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi kepada *stakeholders* baik internal maupun eksternal serta menyediakan gambaran yang berimbang dan masuk akal dari kinerja keberlanjutan sebuah organisasi, baik kontribusi yang positif maupun kontribusi yang negatif. Gambaran yang dimaksud bisa berupa *narrative text*, foto, tabel, dan grafik.

2.2.2 *Advertisement Intensity*

Menurut Suhandang [3], *advertisement intensity* adalah tingkat atau ukuran pengeluaran yang signifikan dilakukan oleh perusahaan melalui media (*offline* maupun *online*) dengan harapan akan memberikan peluang yang lebih kepada perusahaan tersebut dengan membayar jasa penyiaran iklannya.

2.2.3 *Nature of Industry*

Menurut Sukirno [4], industri adalah perusahaan yang menjalankan aktivitas ekonomi dan tergolong dalam sektor sekunder.

2.2.4 *Listing Category of a Company*

Menurut Abdulkadir [5] berdasarkan tinjauan hukum, istilah perusahaan mengacu pada badan hukum dan perbuatan badan usaha dalam menjalankan usahanya. Lebih lanjut, perusahaan merupakan tempat terjadinya kegiatan produksi dan berkumpulnya semua faktor produksi.

2.2.5 *Intellectual Capital*

Menurut Ikhsan [6], *intellectual capital* merupakan aset tidak berwujud (*intangible asset*) yang dimiliki perusahaan yang menggambarkan nilai total dari perusahaan tersebut yang bersumber dari tiga pilar yaitu modal manusia (*human capital*), modal structural (*structural capital*), dan modal pelanggan (*customer capital*).

2.3 Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh *Advertisement Intensity* terhadap *Sustainability Report Disclosure*

Advertisement intensity sering mempengaruhi *sustainability report disclosure* karena perusahaan dengan tingkat pengeluaran yang signifikan diharapkan dapat memberikan informasi yang lebih penting bagi pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) dan lebih fleksibel atas laporan akuntansi. Berdasarkan uraian tersebut, maka diajukan hipotesis berikut:

H₁: *Advertisement intensity* berpengaruh terhadap *sustainability report disclosure*

2.3.2 Pengaruh *Nature of Industry* terhadap *Sustainability Report Disclosure*

Nature of Industry mempengaruhi *sustainability report disclosure* dengan membedakan perusahaan yang termasuk *high profile* dan *low profile*. Perusahaan *high profile* merupakan (industri sensitif lingkungan) dan perusahaan *low profile* merupakan (industri tidak sensitif lingkungan). Berdasarkan uraian tersebut, maka diajukan hipotesis berikut:

H₂: *Nature of industry* berpengaruh terhadap *sustainability report disclosure*

2.3.3 Pengaruh *Listing Category of a Company* terhadap *Sustainability Report Disclosure*

Listing category of a company mempengaruhi *sustainability report disclosure* dengan menjadi sebuah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang sahamnya diperdagangkan secara aktif di BEI akan diawasi dan dipantau oleh calon investor pasar saham yang tertarik terhadap perusahaan tersebut. Berdasarkan uraian tersebut, maka diajukan hipotesis berikut:

H₃: *Listing category of a company* berpengaruh terhadap *sustainability report disclosure*

2.3.4 *Intellectual Capital* Memoderasi Pengaruh Hubungan *Advertisement Intensity* terhadap *Sustainability Report Disclosure*

Advertisement intensity memberikan perusahaan cara mendiferensiasi dan cara untuk memberikan informasi tentang keberlanjutan. indikator yang paling objektif untuk mengukur keberhasilan bisnis dan menunjukkan kemampuan perusahaan tersebut dalam menciptakan nilai (*value creation*) adalah *value added* karena koefisien VAICTM yang semakin tinggi menunjukkan bahwa semakin banyak *value* yang diciptakan. Berdasarkan uraian tersebut, maka diajukan hipotesis berikut:

H₄: *Intellectual capital* mampu memoderasi hubungan antara *advertisement intensity* terhadap *sustainability report disclosure*

3. Metodologi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2016-2017. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* yang mendapatkan 37 perusahaan sebagai sampel. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu *annual report* dan *sustainability report* perusahaan. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda.

3.1 Defenisi Operasional Variabel dan Pengukurannya

3.1.1 Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Sustainability Report Disclosure*. *Sustainability report disclosure* jika diungkapkan diberi skor 1 dan jika tidak diungkapkan diberi skor 0, kemudian diukur dengan rumus berikut:

$$SRD \text{ (Sustainability Report Disclosure)} = \frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan}}{91 \text{ item}}$$

3.1.2 Variabel Independen

1. *Advertisement Intensity*

Advertisement intensity diukur dengan menggunakan jumlah pengeluaran iklan yang dilakukan oleh perusahaan selama satu periode berjalan dibagi dengan total aset perusahaan dikali dengan 100%. Rumus berikut:

$$\text{Advertising intensity} = \frac{\text{Advertising expenses}}{\text{Total assets}} \times 100\%$$

2. *Nature of Industry*

Nature of industry diukur dengan menggunakan *dummy variable* yaitu diberi skor 1 jika perusahaan termasuk *high profile* dan skor 0 jika perusahaan termasuk *low profile*.

3. *Listing Kategori of a Company*

Listing category of a company diukur dengan menggunakan *dummy variable* yaitu diberi skor 1 jika perusahaan termasuk dalam kategori "A" dan skor 0 jika perusahaan termasuk dalam kategori lainnya.

3.1.3 Variabel Moderasi

Variabel moderasi dalam penelitian ini adalah *Intellectual Capital*. *Intellectual capital* diukur dengan melakukan pengukuran terhadap ketiga komponen utama yaitu *human capital* (VAHU), *structural capital* (STVA), dan *capital employed* (VACA), namun hal yang harus diukur pertama kali adalah *value added* (VA) karena VA merupakan dasar dalam perhitungan ketiga komponen tersebut. Rumus perhitungan sebagai berikut:

$$VAIC = VAHU + STVA + VACA \quad (11)$$

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Hasil Statistik Deskriptif

Hasil analisis statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Sustainability_Report_Disclosure	111	,05	,79	,2516	,16042
Advertisement_Intensity	111	,15	7773,02	893,5974	749,43347
Nature_of_Industry	111	0	1	,928	,274
Listing_Category_of_a_Company	111	0	1	,927	,274
Intellectual_Capital	111	25,47	26595,28	761,9975	4096,09667
Valid N (listwise)	111				

Sumber: Data Olahan SPSS, 2020

4.2 Hasil Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dengan kolmogorov-smirnov sebelum transformasi data one-sample kolmogorov-smirnov test dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov (Sebelum Transformasi Data) One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test							
	Sustai nabilit y_Rep ort_Di sclosu re	Advertise ment_Inte nsity	Nature _of_In dustry	Listing _Cate gory_o f_a_C ompan y	Intellectua l_Capital	X1_Z	
N	111	111	111	111	111	111	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,2516	893,5974	,928	,927	761,9975	1649804,9765
	Std. Deviation	,1604	749,43347	,274	,274	096,09667	9732036,55332
Most Extreme Differences	Absolute	,173	,402	,535	,535	,476	,497
	Positive	,173	,402	,384	,384	,476	,497
	Negative	-,118	-,305	-,535	-,535	-,424	-,432
Kolmogorov-Smirnov Z	1,823	4,234	5,639	5,639	5,018	5,233	
Asymp. Sig. (2-tailed)	,003	,000	,000	,000	,000	,000	

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Olahan SPSS, 2020

Hasil uji normalitas dengan kolmogorov-smirnov sesudah transformasi data one-sample kolmogorov-smirnov test dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov (Sesudah Transformasi Data) One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test					
		Transform_	Transform_	Transform_	Transform_X
		_Y	X1	Z	1_Z
N		111	111	104	104
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	1,5525	2,9390	3,0982	5,8852
	Std. Deviation	,58202	3,20332	2,20011	4,20082
Most Extreme Differences	Absolute	,069	,230	,092	,110
	Positive	,069	,230	,092	,110
	Negative	-,057	-,148	-,073	-,069
Kolmogorov-Smirnov Z		,724	2,428	,941	1,125
Asymp. Sig. (2-tailed)		,671	,221	,339	,159

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: *Data Olahan SPSS, 2020*

Penelitian ini menggunakan dasar pengambilan keputusan untuk One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test adalah jika $Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05$ maka residual terdistribusi normal.

4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Hasil Uji Multikolinieritas

Jika nilai tolerance $< 0,10$ atau nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinieritas dan jika nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
1 _____ (Constant)			
_____ Transform_X1	,987	1,098	Bebas Multikolinieritas
_____ Nature_of_Industry	,996	1,005	Bebas Multikolinieritas
_____ Listing_Category_of_a_Company	,567	2,003	Bebas Multikolinieritas
_____ Transform_Z	,693	2,231	Bebas Multikolinieritas

a. Dependent Variable: Transform_Y

Sumber: *Data Olahan SPSS, 2020*

4.3.2 Hasil Uji Autokorelasi

Uji *Durbin Watson* dengan kriteria hasil: (1) Jika $DW < -2$ maka terjadi gejala autokorelasi positif, (2) Jika $DW > 2$ maka terjadi gejala autokorelasi negatif, (3) Jika $-2 < DW < 2$ maka tidak terjadi gejala autokorelasi. Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,629 ^a	,462	,328	,34100	1,015

a. Predictors: (Constant), Transform_X1, Transform_Z, Transform_X1_Z, Nature_of_Industry, Listing_Category_of_a_Company

b. Dependent Variable: Transform_Y

Sumber: Data Olahan SPSS, 2020

4.3.3 Hasil Uji Heterokedastisitas

Jika nilai profitabilitas $Sig. > 0,05$ maka tidak terjadi gejala heterokedastisitas dan jika nilai profitabilitas $Sig. < 0,05$ maka terjadi gejala heterokedastisitas. Hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a		
Model	Sig.	Keterangan
1 (Constant)	1,012	
Transform_X1	,066	Bebas Heterokedastisitas
Nature_of_Industry	,073	Bebas Heterokedastisitas
Listing_Category_of_a_Company	,049	Terjadi Heterokedastisitas
Transform_Z	,060	Bebas Heterokedastisitas

a. Dependent Variable: AbsUi

Sumber: Data Olahan SPSS, 2020

4.4 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,031	,285		3,109	,002
Transform_X1	,552	,232	,173	2,868	,000
Nature_of_Industry	,566	,035	,226	2,795	,000
Listing_Category_of_a_Company	,531	,135	,293	1,415	,060
Transform_Z	,521	,063	,267	,271	,000
Transform_X1_Z	,561	,022	,205	2,027	,000

a. Dependent Variable: Transform_Y

Sumber: Data Olahan SPSS, 2020

Berdasarkan data pada tabel 7, maka diperoleh persamaan analisis regresi berganda berikut:

$$Y = 1,031 + 0,552X_1 + 0,521Z + 0,561X_1.Z + 0,566X_2 + 0,531X_3 + \epsilon$$

4.5 Hasil Uji Partial (Uji t)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan, maka dapat diuraikan berikut:

H1: Diterima, karena nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $2,868 > 1,984$

H2: Diterima, karena nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $2,795 > 1,984$

H3: Ditolak, karena nilai t hitung $<$ t tabel yaitu $1,415 < 1,984$

H4: Diterima, karena nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $2,027 > 1,984$

4.6 Hasil Uji F

Jika F hitung $<$ F tabel maka variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen dan jika F hitung $>$ F tabel maka variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,923	3	,027	2,081	,000 ^b
	Residual	33,175	100	,332		
	Total	33,256	103			

a. Dependent Variable: Transform_Y

b. Predictors: (Constant), Transform_X3, Transform_Z, Nature_of_a_industry, Transform_X1_Z, Listing_Category_of_a_Company

Sumber: Data Olahan SPSS, 2020

4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,629 ^a	,462	,328	,34100	1,015

a. Predictors: (Constant), Transform_X1, Transform_Z, Transform_X1_Z, Nature_of_Industry, Listing_Category_of_a_Company

b. Dependent Variable: Transform_Y

Sumber: Data Olahan SPSS, 2020

Berdasarkan hasil uji determinasi (R²), dapat disimpulkan bahwa 32,8% variabel *sustainability report disclosure* dijelaskan oleh variabel independen (*advertisement intensity*, *nature of industry*, *listing category of a company*) dan dimoderasi oleh variabel *intellectual capital*, sedangkan sisanya sebesar 67,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel *advertisement intensity* dan *nature of industry* berpengaruh terhadap *sustainability report disclosure*. Variabel *listing category of a company* tidak berpengaruh terhadap *sustainability report disclosure*. Variabel *intellectual capital* dapat memoderasi pengaruh hubungan *advertisement intensity* terhadap *sustainability report disclosure*.

Daftar Pustaka

- [1] Wiwoho, Jamal, “Sinkronisasi Kebijakan Corporate Social Responsibility (CSR) dengan Hukum Pajak Sebagai Upaya Mewujudkan Kesejahteraan di Indonesia”, Pidato Pengukuhan Profesor Fakultas Hukum UNS, 2009.
- [2] Global Reporting Initiative, 2006, Sustainability Reporting Guidelines, from <http://www.globalreporting.org/information/sustainability-reporting/pages/default.aspx>, Retrieved February 6, 2020.
- [3] Suhandang, Kustadi, “Periklanan: Manajemen, Kiat, dan Strategi”, Nuansa, 2005.
- [4] Sukirno, Sadano, “Teori Pengantar Makro Ekonomi”, Rajawali Pers, Edisi Ketiga, 2016.
- [5] Abdulkadir, Muhammad, “Hukum Perusahaan Indonesia”, Citra Aditya Bakti, Edisi Keempat Revisi, 2010.
- [6] Ikhsan, Arfan, “Akuntansi Sumber Daya Manusia”, Graha Ilmu, 2008.
- [7] Hadi, Nor, “Corporate Social Responsibility”, Graha Ilmu, 2014.
- [8] Ghozali, I. dan Chariri, A., “Teori Akuntansi”, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2007.
- [9] Pearce II, John, A. dan Robinson, Jr. Richard, B., “Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian Diterjemahkan oleh Yanivi Bachtiar dan Christine”, Salemba Empat, Edisi Kesepuluh, 2008.
- [10] Elkington, J., “Cannibal with Forks the Tripple Bottom Line of Twentieth Century Business”, Capstone Publishing Ltd, 1997.
- [11] Pulic, A., 1998, Measuring the Performance of Intellectual Capital in Knowledge Economy, from <https://xa.yimg.com/kq/groups/21741988/1414311172/name/pulic1998.pdf>, Retrieved February 14, 2020.