

***GREEN ACCOUNTING, KINERJA LINGKUNGAN, MEDIA
DISCLOSURE, SLACK RESOURCE TERHADAP
PENGUNGKAPAN CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY***
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar
di BEI Tahun 2018-2022)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Mencapai Derajat Sarjana S-1



Disusun oleh:
Afla Azzahra Putri
NPM 20.0102.0019

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
TAHUN 2024**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

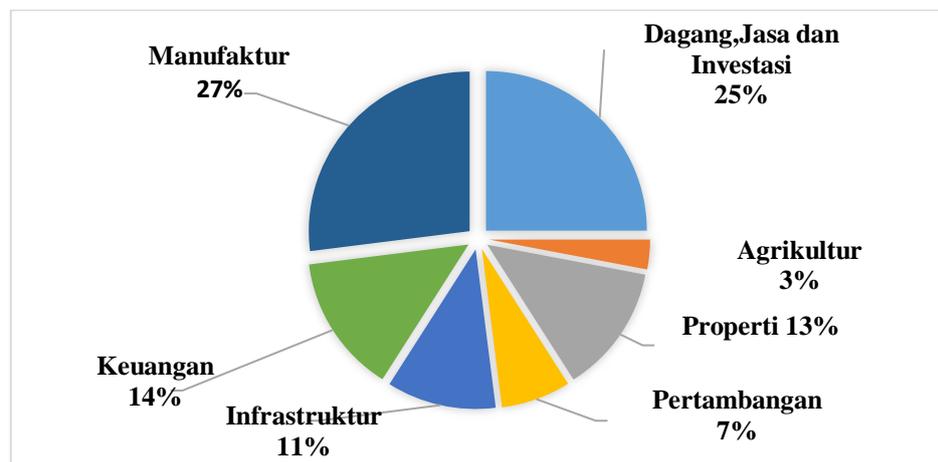
Perkembangan zaman mendorong perusahaan semakin berkembang dan berinovasi guna dapat bersaing dengan efektif di tengah pasar yang penuh persaingan. Perusahaan terus menciptakan berbagai inovasi dan merancang strategi demi keberlangsungan hidup perusahaan. Hal ini terlihat dari gencarnya aktivitas perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional serta ditandai dengan meningkatkan persaingan antar perusahaan dengan masih didominasi untuk memperoleh keuntungan semata yang terkadang dapat menyebabkan persoalan lingkungan maupun sosial. Persaingan ini memicu perusahaan untuk terus mengembangkan bisnisnya. Sejalan dengan Sari (2018) mengatakan bahwa semakin berkembangnya perusahaan maka semakin pesat pula penggunaan sumber daya yang dapat menyebabkan adanya kerusakan lingkungan dan munculnya permasalahan sosial sebagai dampak dari kurang terkendalinya aktivitas operasional perusahaan.

Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan terkait dampak negatif terhadap kerusakan lingkungan. Perusahaan manufaktur yang menghasilkan kebisingan melalui operasional mesin produksinya yang bisa menggagu lingkungan sekitar, alat transportasi yang digunakan menimbulkan polusi udara, pemakaian air dan tanah yang berlebihan untuk aktivitas perusahaan, limbah buangan yang tidak memenuhi mutu, risiko

kebocoran bahan bakar yang dapat menyebabkan pencemaran air, dan emisi gas yang dapat menyebabkan pencemaran udara jika tidak diatasi dengan baik.

Perusahaan manufaktur yang menyebabkan kerusakan lingkungan yaitu PT Mayora Indah Tbk (MYOR). Laporan tersebut menyebutkan dampak pencemaran dan pembuangan limbah di lingkungan tempat tinggal dan area persawahan milik warga. (Joniansyah, 2021). Selain PT Mayora Indah Tbk terdapat perusahaan manufaktur sektor peralatan rumah tangga juga ditemukan pencemaran lingkungan oleh PT Chitose Internasional Tbk. PT Chitose Internasional Tbk tertangkap kamera saat senin malam 19 September 2022 pukul 23.00 WIB, saat tim media melakukan penyisiran ke lapangan ditemukan limbah berbusa yang mengalir ke sungai. Kuat dugaan bahwa itu dilakukan PT Chitose Internasional Tbk, dan Masyarakat menduga bahwa limbah cairnya belum aman dibuang dengan bahan cucian chrome busa yang berlebih (Gunawan,2022). Selanjutnya terdapat kasus potensi risiko lingkungan dan kesehatan masyarakat yang dapat timbul akibat pembuangan limbah yang tidak sesuai oleh PT Ultra Milk Industri Tbk (ULTJ) (Hendra,2022). PT Clariant Adsorbent melakukan pencemaran lingkungan melalui kebocoran limbah H₂SO₄ (*asam sulfat*) ke Sungai Cikaso. Insiden ini menyebabkan pencemaran air sungai dan merusak ekosistem di sekitarnya (Alamsyah, 2021).

Perusahaan manufaktur merupakan sektor terbesar, beraneka ragam dan memiliki cakupan yang luas dibandingkan dengan industry sektor lainnya. Hal tersebut ditunjukkan pada gambar 1 dibawah ini



(Sumber data yang diolah, 2023)

Gambar 1. 1

Jumlah Persentase Perusahaan di Bursa Efek Indonesia

Perusahaan manufaktur menjadi salah satu perusahaan yang dibutuhkan masyarakat untuk memenuhi berbagai macam kebutuhan. Berdasarkan tabel 1 dibawah terlihat bahwa tingkat pertumbuhan jumlah perusahaan manufaktur mengalami peningkatan disetiap tahunnya. Adanya peningkatan jumlah perusahaan manufaktur akan berdampak bagi lingkungan sekitar, membawa dampak baik dan buruk. Dampak buruk dari aktivitas perusahaan manufaktur adalah kerusakan lingkungan.

Tabel 1. 1
Data Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2022

Tahun	Jumlah Perusahaan
2018	180
2019	200
2020	210
2021	227
2022	240

(Sumber data yang diolah, 2023)

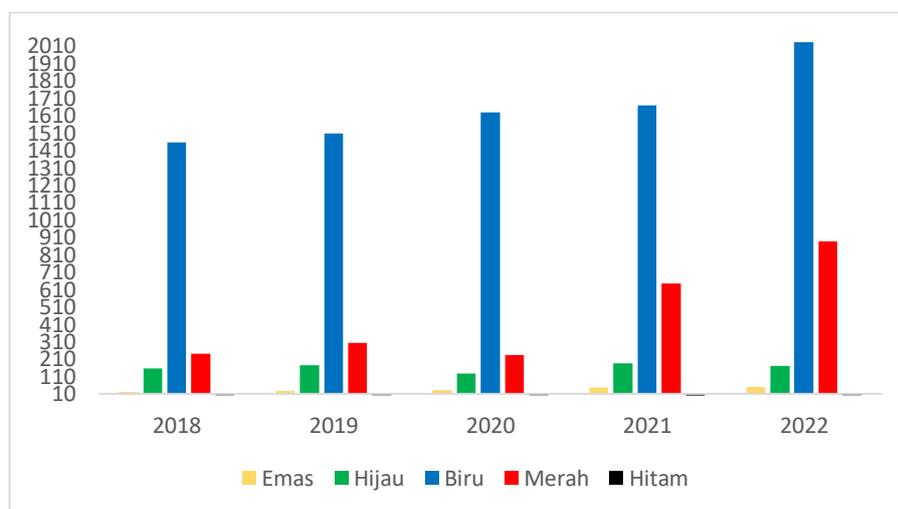
Dari berbagai kasus pencemaran lingkungan diatas baik secara langsung atau tidak langsung menggambarkan kurangnya perhatian perusahaan terhadap pentingnya menjaga kelestarian lingkungan dan kurangnya mengenai *corporate social responsibility* (CSR) perusahaan kepada masyarakat. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bentuk usaha yang dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan membantu mengatasi permasalahan yang terkait dengan lingkungan. *Corporate social responsibility* (CSR) merupakan tanggung jawab yang dilakuka perusahaan terhadap lingkungannya, melibatkan aspek sosial dan tanggung jawab terhadap lingkungan tanpa mengabaikan kemampuan perusahaan. Pelaksanaan kewajiban ini perlu memerhatikan dan menghormati tradisi budaya masyarakat yang berada di sekitar lokasi kegiatan tersebut (Untung, 2018). Perusahaan harus mengetahui meskipun fokus utamanya adalah mencapai keuntungan, keterhubungannya dengan masyarakat tidak dapat diabaikan.

Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER) adalah kebijakan yang diterapkan oleh pemerintahan, untuk memperbaiki kinerja

manajemen lingkungan perusahaan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan. Selanjutnya PROPER juga merupakan implementasi dari keterbukaan dan demokratisasi dalam manajemen lingkungan di Indonesia. Penerapan instrument ini adalah Langkah yang diambil oleh Kementerian Negara Lingkungan Hidup untuk menerapkan beberapa prinsip *good governance* (transparansi, keadilan, akuntabilitas dan partisipasi masyarakat) dalam manajemen lingkungan. Keterlibatan perusahaan dalam PROPER meningkat secara terus menerus dibuktikan dengan data sebagai berikut:

Gambar 1. 2

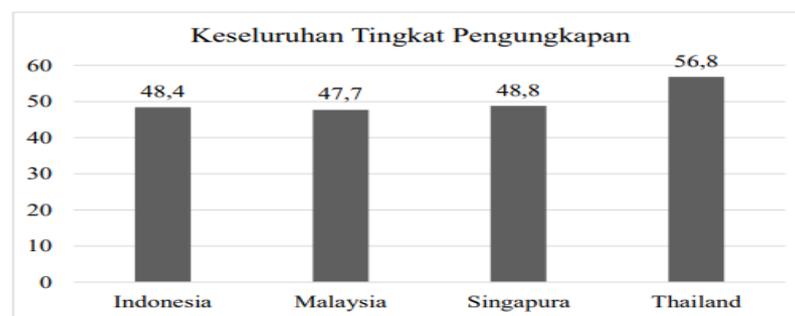
Peringkat PROPER 2018-2022 Perusahaan Manufaktur



(Sumber: Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia, 2023)

Riset Centre for Governance, Institutions, and Organizations National University of Singapore (NUS) Business School menyajikan kurangnya pemahaman perusahaan terhadap praktik *corporate social*

responsibility, yang menyebabkan rendahnya Tingkat efektivitas dalam pelaksanaan agenda *corporate social responsibility* tersebut. Riset terbaru menyatakan bahwa diIndonesia menunjukkan tingkat *corporate social responsibility* (CSR) yang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan asal Thailand, dan Singapura meskipun masih lebih besar dari Malaysia. Riset tersebut melakukan studi terhadap 100 perusahaan di empat negara yakni Indonesia, Malaysia, Singapura dan Thailand (Suasta, 2019).



Gambar 1. 3
Tingkat Pengungkapan CSR di ASEAN

(Sumber <https://databoks.kadata.co.id>)

Awalnya, pelaksanaan kegiatan *corporate social responsibility* merupakan tindakan sukarela. Namun, sejak 23 September 2007, kewajiban mengungkapkan tanggung jawab sosial mulai diberlakukan melalui Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74 Ayat 1 Bagian 3, yang menyatakan kewajiban tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan komitmen perusahaan untuk berpartisipasi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan tujuan meningkatkan kualitas hidup dan lingkungan yang memberikan manfaat, baik bagi perusahaan itu sendiri, komunitas lokal, maupun masyarakat secara umum.

Harapannya, dengan menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan, dapat meningkatkan reputasi perusahaan, terutama jika keberlanjutan dan isu lingkungan menjadi perhatian utama para pemangku kepentingan (Ekowati, 2014). Perkembangan *corporate social responsibility* di Indonesia dibuktikan melalui beberapa perusahaan yang menerapkan *corporate social responsibility*. Hal ini bisa dipublikasikan secara konsisten terkait pelaksanaan *corporate social responsibility* di website dari perusahaan tersebut maupun di media sosial. *Corporate social responsibility* (CSR) adalah sebuah konsep dalam struktur organisasi yang memuat sejumlah tanggung jawab terhadap berbagai pihak berkepentingan seperti karyawan, pemegang saham, konsumen, masyarakat, dan lingkungan sekitar. Perusahaan dihadapkan pada kenyataan bahwa meskipun fokus utamanya adalah mencari keuntungan, tetapi tetap erat dengan tanggung jawab terhadap masyarakat (Respati, 2012).

Corporate social responsibility (CSR) merupakan serangkaian tindakan tanggung jawab yang dilakukan perusahaan hanya berorientasi pada profit atau nilai perusahaan (*single bottom line*) (Daniri, 2008). Ini terkait dengan pandangan Rustiarini (2010) yang menyatakan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan seharusnya menerapkan 3P. Konsep ini mengidentifikasi bahwa tujuan bisnis perusahaan tidak hanya terbatas pada pencapaian laba (profit), tetapi juga memperhatikan kesejahteraan masyarakat (people) serta berkontribusi pada pelestarian lingkungan (planet). Kemudian konsep ini dikenal dengan sebutan *triple bottom line*.

Konsep tanggung jawab perusahaan telah mengalami perkembangan. Awalnya, tanggung jawab hanya diarahkan kepada para pemegang saham, sehingga dominan dalam aspek keuangan. Namun seiring dengan pemahaman yang semakin global, tanggung jawab perusahaan mengalami perluasan. Hardianti (2017) beropini bahwa sebuah perusahaan memiliki kewajiban terhadap para pemangku kepentingan tidak hanya mencakup pihak internal dan pemilik modal, tetapi juga memperhatikan karyawan, pemerintahan, konsumen, serta masyarakat umum.

Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan. Keberlangsungan perusahaan tidak hanya bergantung pada kekuatan finansial, tetapi juga pada faktor-faktor lain seperti penerimaan oleh masyarakat dan dukungan sumber daya alam. Oleh karena itu, tanggung jawab perusahaan melibatkan aspek yang lebih luas, yang dikenal sebagai tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR). Meskipun demikian, perusahaan sering mendapatkan kritik terkait isu-isu sosial dan lingkungan yang sering muncul karena kekurangan kesadaran perusahaan akan dampaknya terhadap lingkungan sekitar. Dampak negatif terhadap citra perusahaan yang dianggap kurang memperhatikan lingkungannya.

Citra tersebut diperbaiki dan ditingkatkan melalui tanggung jawab sosial perusahaan. Lingkungan sebagai elemen penopang keberlanjutan perusahaan, menjadi fokus utama dalam disiplin ilmu akuntansi. Dalam disiplin akuntansi lingkungan, upaya dilakukan untuk mengintegrasikan

aspek keuangan yang terkait dengan lingkungan ke dalam praktik akuntansi. Hal ini bertujuan sebagai mekanisme kontrol terhadap tanggung jawab perusahaan dalam mencegah dan mengurangi dampak terhadap lingkungan.

Green accounting melibatkan penyediaan informasi manajemen terkait pengelolaan lingkungan dalam pelaporan informasi lingkungan kepada publik (Mega, 2013). *Green accounting* berfokus pada aspek lingkungan dan sosialnya. *Green accounting* berperan untuk menyediakan informasi pengelolaan lingkungan dan sosial yang membantu manajemen dalam mengidentifikasi biaya lingkungan yang timbul dari kegiatan perusahaan yang memengaruhi lingkungan, serta merupakan upaya perusahaan menuju pencapaian pembangunan berkelanjutan. Seperti penelitian yang dilakukan Mustofa (2020), dan Handoko & Santoso (2023) menyatakan bahwa *green accounting* berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Adanya pelaksanaan *green accounting* yang diungkapkan pada *corporate social responsibility* dapat dijadikan sarana untuk pemenuhan tanggung jawab sosial dan kepedulian lingkungan. Namun berbeda dengan hasil lain dalam penelitian Anam (2021) menunjukkan bahwa *green accounting* tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

Perhatian perusahaan terhadap kinerja lingkungan sangat penting untuk keberlangsungan perusahaan itu. Salah satu keuntungan yang dapat diperoleh dari kesadaran perusahaan terhadap lingkungan adalah menciptakan citra positif yang dapat memengaruhi kepercayaan masyarakat

untuk lebih memilih produk atau layanan dari perusahaan yang memiliki komitmen terhadap keberlanjutan lingkungan.

Kinerja lingkungan merujuk pada sejauh mana suatu perusahaan berkontribusi dalam mempertahankan kelestarian lingkungan. Contohnya pada pengelolaan limbah yang ramah lingkungan. Kinerja lingkungan dinilai melalui partisipasi perusahaan dalam Program Penilaian Peringkat Kinerja Lingkungan yang diselenggarakan oleh Kementerian Lingkungan Hidup yang dikenal dengan istilah PROPER (Dewi & Budiasih, 2022). Kinerja lingkungan sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan, yang juga melibatkan pihak-pihak terkait (stakeholder). Kinerja lingkungan didukung oleh konsep efisiensi yang menyatakan bahwa organisasi mampu menghasilkan barang dan jasa secara lebih ramah lingkungan. Penelitian yang dilakukan oleh Anam, (2021) dan Anindito, (2012) yang meneliti tentang kinerja lingkungan hasilnya menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Jadi, suatu entitas yang memiliki kinerja lingkungan yang baik, terbukti berpartisipasi dalam program PROPER yang diselenggarakan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, menunjukkan bahwa kegiatan usaha entitas tersebut sesuai dengan hukum dan dilakukan dengan peduli terhadap lingkungan. Perusahaan yang berkinerja baik dalam hal lingkungan seharusnya menyajikan informasi mengenai jumlah dan kualitas lingkungan yang lebih positif dari pada perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang rendah. Namun,

penelitian yang dilakukan oleh Syahputra & Muslih (2023) dan Sukasih, & Sugiyanto (2017). Kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Menurut Widiastuti et al (2018) *media disclosure* merupakan cara perusahaan untuk berkomunikasi mengenai identitas dan kegiatan perusahaan dengan memanfaatkan berbagai jenis media yang tersedia. Perusahaan perlu memiliki metode komunikasi yang efektif untuk berbagai informasi mengenai kegiatan-kegiatannya kepada para pemangku kepentingan atau stakeholdernya. Peran komunikasi ini memiliki kepentingan yang besar dalam mengkomunikasikan tujuan kegiatan *corporate social responsibility*.

Penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh *media disclosure* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* oleh Sparta & Rheadanti, (2019) dan Widiastuti, (2018) dari penelitian ini menunjukkan bahwa *media disclosure* berpengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Perusahaan yang mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dalam media *website* akan sangat mempengaruhi nilai dari *corporate social responsibility* perusahaan tersebut. Selain itu dalam hal ini dapat dilihat bahwa fungsi komunikasi menjadi pokok yang sangat penting dalam manajemen pengungkapan *corporate social responsibility*. Pengkomunikasian *corporate social responsibility* melalui *media disclosure* akan meningkatkan reputasi perusahaan dimata masyarakat. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Fahmi (2015)

menunjukkan bahwa *media disclosure* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Slack resources adalah kelebihan sumber aktual atau sumber potensial yang memungkinkan organisasi untuk beradaptasi terhadap penyesuaian tekanan internal maupun tekanan eksternal, serta untuk memulai perubahan dalam strategi sehubungan dengan lingkungan eksternal. *Slack resources* (sumber daya) yang memadai didalam suatu perusahaan sangat penting bagi pengungkapan *corporate social responsibility*. Sumber daya yang dimaksud seperti bahan baku, tenaga kerja, work in process (Bernadette, 2014). Penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh slack resources terhadap *corporate social responsibility* menemukan hasil yang beragam. Penelitian yang dilakukan oleh Shoimah & Aryani (2019), Hasanah (2019) dan Syawaline (2019) Slack resources berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Semakin banyak aktivitas *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan mendorong pengungkapan informasi yang lebih luas dan diharapkan mampu menimbulkan timbal balik positif serta mempengaruhi kelangsungan usaha perusahaan. Ketersediaan informasi yang luas juga bermanfaat bagi *stakeholder* atau khususnya investor untuk mengambil keputusan, salah satunya dalam menanamkan modalnya disuatu perusahaan. Namun penelitian yang dilakukan Syahputra & Muslih, (2023) dan Mahalistianingsih & Yuliandhari (2021) *slack resources* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Anam (2021) dengan judul penelitian pengungkapan *corporate social responsibility* dengan persamaan pada variabel independent green accounting dan kinerja lingkungan. Untuk perbedaan pertama menambahkan variabel independent *media disclosure* karena media pengungkapan sebagai alat bagi perusahaan untuk melakukan komunikasi dengan stakeholder dalam menyampaikan informasi dan prospek perusahaan. Pengkomunikasian *corporate social responsibility* melalui media akan meningkatkan reputasi perusahaan juga meningkatkan pengungkapan *corporate social responsibility* yang dapat meningkatkan investor dalam perusahaan (Fahmi, 2015). Kedua, *slack resource* sebagai variabel independent disebabkan karena *slack resources*, kelebihan sumber daya yang dimiliki oleh organisasi yang digunakan untuk keadaan atau tekanan yang datang secara tiba-tiba agar tidak menghambat operasional usahanya dan segera diatasi. *Slack resource* sebagai pertanggung jawaban sosial masyarakat sekitar tempat usaha dan lingkungan yang berdampak akibat keberadaan tempat usaha tersebut. Adanya *slack resource* membantu perusahaan dalam mengimplementasikan rencana manajemen guna meningkatkan efisiensi keuntungan dan kesejahteraan dalam waktu yang lama (Kamil, 2014).

Perbedaan ketiga yaitu penelitian menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dan PROPER periode 2018- 2022, karena perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang jumlahnya cukup

banyak dan rentan terjadinya kerusakan lingkungan yang dapat menghambat pengungkapan *corporate social responsibility*. Oleh karena itu, peneliti bertujuan untuk meneliti *green accounting*, kinerja lingkungan, *media disclosure*, *slack resources* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan sampel yang akan digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2022.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *green accounting* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR)?
2. Apakah kinerja lingkungan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR)?
3. Apakah *media disclosure* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR)?
4. Apakah *slack resource* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR)?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji secara empiris dan menganalisis *green accounting* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

2. Untuk menguji secara empiris dan menganalisis kinerja lingkungan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).
3. Untuk menguji secara empiris dan menganalisis *media disclosure* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).
4. Untuk menguji secara empiris dan menganalisis *slack resource* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

D. Kontribusi Penelitian

1. Manfaat bagi Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam menambah literature dalam mendukung pengembangan teori yang sudah ada dan dapat memberikan tambahan informasi bagi pembaca untuk menambah wawasan mengenai pengungkapan *corporate social responsibility*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pemahaman tentang pengungkapan *corporate social responsibility* untuk setiap perusahaan, agar dalam menjalankan aktivitas-aktivitas perusahaannya untuk keberlanjutan perusahaan itu sendiri.

E. Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjabarkan mengenai latar belakang masalah, rumusan permasalahan, tujuan riset, kontribusi penelitian dan sistematika riset.

BAB II TELAAH LITERATUR DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Bab ini menjabarkan mengenai telaan teori, penelitian terdahulu, perumusan hipotesis, dan model penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menggambarkan mengenai objek dan sampel penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel, teknik analisis data, serta pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi pemaparan mengenai hasil dan pembahasan permasalahan melalui uji kualitas data yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji analisis regresi berganda serta pengujian hipotesis yang meliputi koefisien determinasi, uji F dan uji t.

BAB V KESIMPULAN

Bab ini merupakan bagian akhir dari penyusunan skripsi yang berisi mengenai kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran.

BAB II

TELAAH LITERATUR DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori

1. *Teori Stakeholder*

Teori stakeholder ditemukan oleh Freeman tahun 1984, menyebutkan bahwa *stakeholder* merupakan individu atau kelompok yang saling mempengaruhi satu sama lainnya sebagai dampak dari aktivitas aktivitasnya (Hartono, 2018). *Teori stakeholder* sangat mendasari dalam praktek *corporate social responsibility* hal ini dikarenakan informasi dalam *corporate social responsibility* berisi pengungkapan tanggung jawab sosial entitas yang dibutuhkan oleh *stakeholder* dan masyarakat sekitar. Pada dasarnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan bertujuan untuk memperlihatkan kepada masyarakat aktivitas sosial yang dilakukan oleh entitas dan pengaruhnya terhadap masyarakat. *Stakeholder* atau para pemangku kepentingan dibagi menjadi dua yaitu pihak eksternal dan pihak internal. Pihak eksternal adalah investor, kreditur, konsumen, supplier, masyarakat dan pemerintahan. Sedangkan pihak internal adalah pemegang saham, manajemen, dan karyawan.

Teori stakeholder menjelaskan bahwa perusahaan tidak hanya beroperasi untuk mencapai keuntungan bagi dirinya sendiri, tetapi juga harus memberikan manfaat bagi para pemangku kepentingannya

(Ghozali & Chariri, 2007). Ini menunjukkan terciptanya keterkaitan yang mengunungkan antara perusahaan dan para pemangku kepentingan. Teori ini juga menyatakan bahwa perusahaan memiliki kewajiban sosial untuk memperhitungkan kepentingan semua pihak yang terpengaruh oleh kegiatan operasional mereka. Salah satu taktik untuk mempertahankan hubungan antara para pemangku kepentingan dan pemegang saham perusahaan adalah melalui pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang memberikan informasi tentang kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan. Dengan pengungkapan ini, diharapkan entitas mampu memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan agar mendapatkan dukungan dari para *stakeholder* yang berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan (Anam, 2021).

2. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai proses penyediaan informasi yang dirancang untuk menunjukkan akuntabilitas sosial. Pengungkapan *corporate social responsibility* adalah sebagai bentuk komitmen perusahaan dalam memberikan informasi kepada *stakeholder* dan untuk tujuan akuntabilitas perusahaan. Aktivitas yang telah diwujudkan perusahaan dalam upaya melaksanakan tanggung jawab sosial harus dilaporkan atau diungkapkan kepada *stakeholder*. Pengungkapan CSR menjadi sarana menjalin komunikasi serta mempererat jalinan antara perusahaan dan *stakeholder*

(Mahalistianingsih & Yuliandhari, 2021). Pengungkapan CSR dapat menyebabkan peningkatan pengeluaran yang pada akhirnya akan mengurangi pendapatan, sehingga probabilitas perusahaan akan menurun. Namun, dengan melaksanakan CSR, reputasi entitas akan membaik sehingga meningkatkan loyalitas konsumen (Ibrahim, et al., 2015). Salah satu konsep pengungkapan CSR yang berkembang di Indonesia adalah *Global Reporting Initiative* (GRI). Pedoman GRI pertama kali diluncurkan pada tahun 2000, lalu pada tahun 2016 GRI GSSB mulai memperkenalkan GRI Standards yang kemudian diluncurkan di Indonesia pada tahun 2017. GRI Standards mulai efektif berlaku pada tanggal 1 Juli 2018.

Dalam standar GRI, terdapat dua jenis pengungkapan, yakni pengungkapan umum dan pengungkapan khusus. Pengungkapan umum mencakup strategi dan analisis perusahaan, profil entitas, aspek material, keterlibatan pemangku kepentingan, laporan profil, serta tata kelola. Sementara itu, pengungkapan khusus berkaitan dengan kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial (Suharyani, 2019). Salah satu cara entitas berpartisipasi dalam memajukan kesejahteraan masyarakat dan memelihara lingkungan adalah melalui pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang tercantum dalam laporan tahunan. Hal ini melibatkan berbagai aspek, termasuk aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial (Hartono, 2018). Pengembangan dari konsep sebelumnya yaitu 3P adalah konsep 5P. Entitas juga perlu menjaga

keseimbangan dalam aspek 5P untuk memastikan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang (Sukoharsono, 2019). Penjelasan dari 5P sebagai berikut:

- a. *People* adalah fondasi dari modal manusia, Dimana organisasi bertujuan untuk memberikan manfaat dan keuntungan kepada para pemangku kepentingan tanpa mengeksploitasi atau membahayakan kelompok manusia lainnya.
- b. *Profit* menjadi fokus utama dalam mencapai kinerja organisasi, harus diimbangi. Meskipun keuntungan atau kesejahteraan dalam aspek ekonomi sangat penting, tetapi harus seimbang dengan aspek lainnya (P yang lain)
- c. *Planet* adalah pelestarian lingkungan alam harus diperjuangkan oleh organisasi agar seimbang. Keharmonisan dengan lingkungan alam adalah penting karena melibatkan perlindungan dan pelestarian bagi manusia, serta pengelolaan yang berkelanjutan dan seimbang dalam penggunaannya.
- d. *Phenotechnology* adalah prinsip bahwa kehadiran atau fenomena teknologi informasi harus menjadi elemen krusial dalam mempertahankan eksistensi suatu organisasi. Pengungkapan tentang *phenotechnology* dapat melibatkan penerapan perangkat kertas, jaringan, telekomunikasi, dan basis data.
- e. *Prophet*, entitas- entitas yang mengikuti prinsip ini berkomitmen untuk secara sukarela melakukan lebih dari sekedar mengikuti

regulasi yang ada, dengan fokus pada mencapai keseimbangan dalam aspek spiritual, mental, dan emosional dalam menjaga kehidupan.

Corporate social responsibility merupakan suatu komitmen berkelanjutan dari dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas (Untung, 2018). Menurut Septiana & Fitria, (2014), *corporate social responsibility* adalah suatu konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan terhadap masyarakat sekitar perusahaan itu berada. *Corporate social responsibility* berfokus pada proteksi lingkungan dan keselamatan kerja para pekerja, dan pengembangan komunitas masyarakat secara umum baik saat ini maupun masa depan. Konsep *corporate social responsibility* ini didukung oleh ide-ide bahwa perusahaan tidak akan dapat lebih lama bertahan dalam suatu ekonomi yang terisolasi dan tidak peduli terhadap masyarakat sekitarnya. Konsep *corporate social responsibility* ini mengarahkan bahwa suatu perusahaan tidak akan pernah dapat bertahan lama apabila dia mengisolasi dan membatasi dirinya dari masyarakat (Djajadiningrat, 2004).

Menurut Septiana (2014), tujuan dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat menyampaikan tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan perusahaan dalam media laporan tahunan (annual report) perusahaan berisi laporan CSR selama kurun waktu

satu tahun. Pengungkapan CSR di Indonesia telah diatur dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 1 (revisi 2009) paragraph 12 yang secara implisit menyarankan perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Isi dari PSAK tersebut adalah sebagai berikut: “Entitas dapat pula menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan keuangan, laporan nilai tambah (value added statement), khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut diluar lingkup Standar Akuntansi Keuangan”.

3. *Green Accounting*

Pelaporan akuntansi yang tidak ramah lingkungan dituding sebagai penyebab terjadinya perilaku yang tidak ramah lingkungan dari para pemakai laporan keuangan. Perlakuan tersebut dituding telah mendorong para pelaku ekonomi dan bisnis untuk semakin mengeksploitasi masyarakat dan lingkungan untuk kepentingan perusahaan dalam hal meningkatkan laba dan ekuitas pemegang saham. Untuk mengatasi tudingan yang diterima oleh para akuntan maka para akuntan diminta harus berperan aktif dalam gerakan kolaborasi global untuk mengatasi tudingan tersebut dengan cara mereformasi kerangka konseptual dan praktik akuntansi ke arah yang

lebih hijau dengan kata lain akuntan diminta untuk menghijaukan akuntansi dan pelaporan keuangan (Lako, 2018.)

Menurut Ikhsan, (2008), *green accounting* merupakan ilmu akuntansi yang berhubungan dengan biaya lingkungan. *Green accounting* adalah suatu tahapan identifikasi, pengakuan, pengukuran, penyajian serta pengungkapan atas seluruh biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memperbaiki kualitas lingkungan dengan cara mencegah, mengurangi bahkan menghindari dampak negatif terhadap lingkungan (Zurika, 2018.)

Istilah lain yang terkait dengan *green accounting* adalah penyediaan informasi pengelolaan lingkungan untuk membantu manajemen dalam memutuskan harga, mengendalikan *overhead* dan pelaporan informasi lingkungan kepada publik (Yakhou, 2014). Pelaksanaan *green accounting* merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan, sehingga perlu diungkapkan dan dipertanggungjawabkan kepada para *stakeholder* perusahaan. Kepedulian lingkungan perusahaan dapat terlihat dari penerapan dan pengungkapan CSR (Rakhiemah, 2007). Pengungkapan CSR merupakan pelaporan mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dapat dilihat oleh semua pemangku kepentingan. Dengan demikian, dilaksanakannya *green accounting* dapat menjadi sarana tanggung jawab atas lingkungan, memberikan transparansi

informasi kegiatan perusahaan, menciptakan citra positif, serta ikut andil dalam menjaga dan melestarikan lingkungan.

Green accounting bagi perusahaan atau organisasi memiliki beberapa fungsi. Menurut Khotimah (2022), terdapat fungsi internal dan fungsi eksternal. Fungsi tersebut adalah:

a. Fungsi Internal

Fungsi ini berkaitan dengan internal perusahaan. Pihak internal adalah pihak yang menjalankan usaha, seperti rumah tangga konsumen dan rumah tangga produksi, serta jasa lainnya. Aktor dan faktor dominan dalam fungsi internal ini adalah pimpinan perusahaan. Karena pimpinan perusahaan adalah orang yang bertanggung jawab atas setiap pengambilan keputusan dan penentuan kebijakan internal setiap perusahaan. Seperti halnya sistem informasi lingkungan perusahaan lainnya, fungsi internal memungkinkan untuk mengelola biaya pelestarian lingkungan dan menganalisis biaya kegiatan pelestarian lingkungan secara efektif serta sesuai dengan pengambilan keputusan. Dalam fungsi internal ini, akuntansi lingkungan diharapkan berfungsi sebagai alat manajemen bisnis yang dapat digunakan oleh manajer ketika berhadapan dengan unit bisnis.

b. Fungsi Eksternal

Fungsi ini berkaitan dengan pelaporan keuangan. Dalam fungsi ini, faktor penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan

adalah pengungkapan hasil kegiatan pelestarian dalam bentuk data akuntansi. Informasi yang diungkapkan merupakan hasil kegiatan lingkungan yang terukur secara kuantitatif. Ini termasuk informasi tentang sumber daya ekonomi perusahaan.

Dengan adanya green accounting akan dijadikan sebagai alat pengelolaan lingkungan yang digunakan untuk menilai efektivitas kegiatan pelestarian lingkungan dan sebagai alat komunikasi dengan masyarakat yang digunakan untuk menyampaikan dampak negatif lingkungan, dan kegiatan pelestarian lingkungan beserta dampak hasilnya kepada masyarakat. Penerapan green accounting ini memberikan informasi seputar manajerial yang terdiri atas penggunaan biaya lingkungan secara rinci dan sesuai yang berarti bahwa suatu perusahaan telah mengelola asset secara efisien (Abdullah, 2020). Perusahaan yang menjaga kinerja lingkungan akan memperhitungkan biaya lingkungan dan dampak yang ditimbulkan. Manajemen dalam menentukan biaya lingkungan perlu memperhatikan bahwa jumlah yang dikeluarkan telah sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Dengan demikian, biaya lingkungan dapat menjadi penunjang kinerja lingkungan suatu perusahaan.

Menurut Dianty & Nurrahim (2022), *green accounting* yaitu akuntansi berupaya menghubungkan sisi anggaran

lingkungan dengan dana operasi bisnis. *Green accounting* juga menyiapkan cara untuk adanya kesempatan dalam memperkecil energi, sumber daya alam, mengurangi resiko kesehatan, dan mempromosikan keunggulan bersaing perusahaan. Dengan demikian *green accounting* yaitu upaya meningkatkan perekonomian perusahaan tanpa mengabaikan keadaan lingkungan sekitar.

4. Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan merupakan usaha entitas untuk menciptakan lingkungan yang baik dengan melaksanakan aktifitas dan menggunakan bahan-bahan yang tidak merusak lingkungan. Entitas dengan kinerja lingkungan yang baik seharusnya mengungkapkan informasi pelaksanaan CSR lebih luas sebagai bentuk sosialisasi kepada masyarakat (Anam, 2021). Di Indonesia kinerja lingkungan dapat diukur dengan menggunakan Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup. PROPER merupakan salah satu upaya kebijakan yang dilakukan pemerintahan melalui Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) untuk mendorong peningkatan kinerja perusahaan dalam pengelolaan lingkungan melalui penyebaran informasi kinerja penataan perusahaan dalam pengelolaan lingkungan. Dengan diterapkan PROPER memberikan nuansa kompetisi bagi perusahaan-perusahaan untuk mendapat peringkat yang terbaik.

Hasil PROPER dipublikasikan secara terbuka kepada publik dan *stakeholder* lainnya. Kinerja lingkungan perusahaan dalam hal ini dikelompokkan kedalam lima peringkat warna yaitu emas, hijau, biru, merah, hitam. Melalui peringkat warna ini diharapkan masyarakat dapat lebih mudah memahami kinerja penataan masing-masing perusahaan.

Tabel 2. 1
Kriteria Peringkat Proper

No	Peringkat	Keterangan
1	Emas	Telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dan telah melakukan upaya 3R (<i>Rause, Recycle, Recovery</i>), menerapkan sistem pengelolaan lingkungan yang berkesinambungan, serta melakukan upaya-upaya yang berguna bagi kepentingan Masyarakat jangka panjang.
2	Hijau	Telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan, telah mempunyai sistem pengelolaan lingkungan, mempunyai hubungan yang baik dengan Masyarakat, termasuk melakukan upaya 3R (<i>Rause, Recycle, Recovery</i>).
3	Biru	Telah melakukan pengelolaan lingkungan yang dipersyaratkan sesuai dengan ketentuan atau peraturan yang berlaku.
4	Merah	Telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan akan tetapi baru Sebagian mencapai hasil yang sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan.
5	Hitam	Belum melakukan upaya pengelolaan lingkungan, secara sengaja tidak melakukan upaya pengelolaan lingkungan sebagaimana yang dipersyaratkan, serta berpotensi mencemari lingkungan.

Sumber: Kementerian Lingkungan Hidup, 2023

5. *Media Disclosure*

Menurut (Darma et al., 2019) menyatakan bahwa *media disclosure* adalah cara perusahaan mengkomunikasikan identitas serta informasi mengenai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dengan

memanfaatkan media yang telah tersedia. Suatu perusahaan bisa mengkomunikasikan kegiatan-kegiatannya dengan memanfaatkan berbagai media, salah satu kegiatan yang bisa dikomunikasikan adalah *corporate social responsibility* perusahaan.

Perusahaan harus mempunyai cara yang efektif untuk melakukan komunikasi tentang aktivitasnya kepada para *stakeholder*. Fungsi komunikasi sangat penting dalam menyampaikan maksud kegiatan *corporate social responsibility*. Perusahaan harus memberikan informasi tentang tanggung jawab sosialnya dan pesan lain yang terkait kepada karyawan, pelanggan dan pemangku kepentingan lain, serta secara umum kepada seluruh masyarakat dengan berbagai alat komunikasi (Herawati, 2016).

Perusahaan dalam mengkomunikasikan kegiatan-kegiatan *corporate social responsibility* nya dapat menggunakan berbagai media diantaranya melalui TV, koran, dan internet. Media TV merupakan media yang paling efektif dan mudah dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat. Akan tetapi, media ini hanya digunakan oleh beberapa perusahaan saja. Media koran merupakan media yang sudah sering digunakan oleh perusahaan dan dapat digunakan sebagai dokumentasi. Sedangkan media internet (web) merupakan media yang efektif dengan didukung oleh pemakai internet yang mulai meningkat.

Pengungkapan media yang dilakukan dalam penelitian ini adalah media internet (website perusahaan). Pengkomunikasian

corporate social responsibility melalui media internet karena seiring dengan semakin majunya teknologi komunikasi, media internet menjadi begitu mudah untuk diakses pemegang kepentingan dan mampu memberikan informasi yang lebih lengkap dibanding media televisi dan koran. Hubungan *media disclosure* dengan pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilandasi teori *stakeholder* yaitu motivasi perusahaan untuk melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* dalam meningkatkan reputasi perusahaan. Mengkomunikasikan *corporate social responsibility* yang dikeluarkan perusahaan perusahaan melalui website akan mempermudah stakeholder dalam mencari laporan yang dibutuhkan untuk pengambilan dan diharapkan masyarakat mengetahui aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Semakin tinggi *media disclosure* perusahaan menunjukkan peningkatan reputasi perusahaan *stakeholder*, sehingga pengungkapan *corporate social responsibility* melalui *website* resmi perusahaan akan dapat meningkatkan reputasi perusahaan dari stakeholder.

6. Slack Resource

Slack resources adalah sumber daya potensial dan nyata perusahaan secara berlebih. Sumber daya berlebih ini bisa diterapkan untuk menyesuaikan diri dalam menghadapi tekanan dari dalam dan dari luar yang dilalui oleh perusahaan (Syahputra & Muslih, 2023). *Slack resource* diklasifikasikan menjadi dua, yaitu *unabsorbed* dan *absorbed*

slack. *Unabsorbed slack* merupakan sumber daya yang tidak bisa dimanfaatkan tapi dapat dengan mudah digunakan dalam organisasi, contohnya financial slack. Sedangkan *absorbed slack* adalah sumber daya yang dimanfaatkan dan telah ditentukan penggunaannya secara spesifik, misalnya kelebihan biaya. *Unabsorbed* dan *absorbed slack* memberikan kontribusi yang berbeda pada perusahaan dalam mengungkapkan CSR. Perusahaan menggunakan *unabsorbed slack* karena menyediakan sumber daya yang lebih fleksibel sehingga dapat untuk diinvestasikan termasuk dalam kegiatan CSR (Sugiarti, 2020).

Kelebihan sumber daya ini dapat menciptakan peluang perusahaan untuk berinvestasi dalam kegiatan sosial dan juga bisa memenuhi kebutuhan dan harapan pemangku kepentingan.

B. Telaah Penelitian Sebelumnya

Tabel 2. 2

Telaah Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Anindito, (2012)	Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> (Csr Disclosure) Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>
2	Widiastuti (2018)	Pengaruh ukuran perusahaan, tipe industry, growth dan <i>media disclosure</i> terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Perusahaan yang terdaftar di BEI	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, tipe industry, growth dan <i>media disclosure</i> berpengaruh positif terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>

Tabel 2.2
Telaah Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
3	Sparta & Rheadanti (2019)	Pengaruh <i>Media Exposure</i> Terhadap <i>Pengungkapan Corporate Social Responsibility</i> Perusahaan Manufaktur terdaftar di BEI	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Media Exposure</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>
4	Shoimah & Aryani, (2019)	<i>Slack resource, family ownership,</i> dan <i>Pengungkapan Corporate Social Responsibility</i> Perusahaan yang terdaftar di BEI	Hasil dari penelitian ini menunjukkan <i>Slack resource</i> dan <i>family ownership</i> berpengaruh positif <i>Pengungkapan Corporate Social Responsibility</i> .
5	Hasanah, (2019)	<i>Slack Resources,</i> Rapat Dewan Komisaris dan Feminisme Dewan Direksi Terhadap Kualitas <i>Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial</i> Perusahaan	Hasil dari penelitian ini menunjukkan <i>Slack resources</i> berpengaruh positif terhadap <i>pengungkapan Corporate Social Responsibility,</i> Rapat Dewan Komisaris tidak berpengaruh terhadap <i>pengungkapan Corporate Social Responsibility,</i> dan Feminisme Dewan Direksi berpengaruh positif terhadap <i>Pengungkapan Corporate Social Responsibility.</i>
6	Syawaline, (2019)	Pengaruh <i>Komisaris Independen, Slack Resource</i> terhadap <i>Pengungkapan Corporate Social Responsibility</i> Pada P Sektor Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa <i>komisaris independent</i> dan <i>Slack resource</i> tidak berpengaruh terhadap <i>pengungkapan Corporate Social Responsibility,</i>

Tabel 2.2
Telaah Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
		Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019	<i>Corporate Responsibility</i> dan Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> . Hasil penelitian ini menunjukkan pengungkapan media berpengaruh positif terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> .
7	Darma (2019)	et al., Pengaruh Pengungkapan Media, Kinerja lingkungan dan Kepemilikan Asing Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> .	Kinerja lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>corporate social responsibility</i> . Kepemilikan asing tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>corporate social responsibility</i> .
8	Mustofa (2020)	et al., <i>Green Accounting</i> Terhadap <i>corporate social responsibility</i>	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa green accounting berpengaruh positif terhadap <i>corporate social responsibility</i> .. Hasil dari penelitian ini kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap <i>corporate social responsibility</i> , citra perusahaan berpengaruh positif terhadap <i>corporate social responsibility</i> dan media exposure berpengaruh positif terhadap <i>corporate social responsibility</i> .
9	Hustna (2020)	Pengaruh Lingkungan, Kinerja Citra Perusahaan dan <i>Media Exposure</i> Terhadap Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> .	Kinerja Citra perusahaan berpengaruh positif terhadap <i>corporate social responsibility</i> dan media exposure berpengaruh positif terhadap <i>corporate social responsibility</i> .

Tabel 2.2
Telaah Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
10	Anam, (2021)	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa <i>green accounting</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> . Sementara variabel kinerja lingkungan dan kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> .
11	Mahalistianingsih & Yuliandhari (2021)	Pengaruh Profitabilitas, Agresivitas Pajak, dan <i>Slack Resources</i> Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> . Namun pada agresivitas pajak dan <i>slack resources</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
12	Syahputra & Muslih (2023)	Pengaruh <i>Slack Resources</i> , Leverage Dan Kinerja Lingkungan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> (Studi pada Perusahaan Indeks LQ45 Non Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2020)	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa <i>slack resources</i> tidak berpengaruh terhadap <i>corporate social responsibility</i> Leverage berpengaruh positif terhadap <i>corporate social responsibility</i> . Kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap <i>corporate social responsibility</i> .

Tabel 2. 2
Telaah Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
13	Yuliandhari & Sekariesta (2023)	Pengaruh <i>Gender Diversity</i> , Kepemilikan Asing dan <i>Slack Resources</i> Terhadap Pengungkapan CSR	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa <i>gender diversity</i> berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Media exposure</i> berpengaruh positif terhadap <i>corporate social responsibility</i> . Profitabilitas berpengaruh negative terhadap <i>corporate social responsibility</i> . <i>Slack resources</i> berpengaruh positif terhadap <i>corporate social responsibility</i> .
14	Emilia Nur Hidayah & Saiful Anwar (2023)	Pengaruh <i>Media Exposure</i> , Profitabilitas, ISO 14001 dan <i>Slack Resources</i> Terhadap Pengungkapan CSR Dimoderasi Kepemilikan Institusional	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Media exposure</i> berpengaruh positif terhadap <i>corporate social responsibility</i> . ISO 14001 berpengaruh negative terhadap <i>corporate social responsibility</i> . Profitabilitas berpengaruh negative terhadap <i>corporate social responsibility</i> . <i>Slack resources</i> berpengaruh positif terhadap <i>corporate social responsibility</i> .
15	Hustna (2020)	Pengaruh Kinerja Lingkungan, Citra Perusahaan dan <i>Media Exposure</i> Terhadap Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap <i>corporate social responsibility</i> , citra perusahaan berpengaruh positif terhadap <i>corporate social responsibility</i> . Hasil Penelitian ini <i>green accounting</i> berpengaruh positif terhadap <i>corporate social responsibility</i> . Kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap <i>corporate social responsibility</i> .
16	Handoko & Santoso (2023)	Pengaruh <i>green accounting</i> dan Kinerja Lingkungan terhadap Kinerja Keuangan dengan <i>corporate social responsibility</i> sebagai Pemediasi	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa <i>green accounting</i> berpengaruh positif terhadap <i>corporate social responsibility</i> . Kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap <i>corporate social responsibility</i> .

C. Perumusan Hipotesis

1. Pengaruh *Green Accounting* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Green Accounting merupakan akuntansi yang didalamnya mengidentifikasi, mengukur, menilai, dan mengungkapkan beban terkait dengan aktivitas entitas yang berhubungan dengan lingkungan (Aniela, 2012). Entitas menerapkan akuntansi lingkungan untuk mengevaluasi secara kuantitatif beban dan dampak perlindungan lingkungan. Beberapa alasan kenapa entitas perlu untuk mempertimbangkan untuk mengadopsi *green accounting* sebagai bagian dari sistem akuntansi entitas, antara lain memungkinkan untuk mengurangi dan menghapus beban-beban lingkungan, memperbaiki kinerja lingkungan entitas dan keberhasilan bisnis entitas (Mariani, 2017).

Hal ini didukung dengan adanya *teori stakeholder* bahwa individu atau kelompok yang saling mempengaruhi satu sama lainnya sebagai dampak dari aktivitas-aktivitasnya (Hartono, 2018). Sebuah entitas memiliki tanggung jawab sosial yang mengharuskan mereka untuk mempertimbangkan kepentingan semua pihak yang merasakan dampak aktivitas operasi entitas. Salah satu strategi untuk menjaga hubungan antara para *stakeholder* dan shareholder entitas adalah dengan melalui pengungkapan *corporate social responsibility* yang menginformasikan tentang kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan

entitas. Dengan pengungkapan ini, diharapkan entitas mampu memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan agar mendapatkan dukungan dari para *stakeholder* yang berpengaruh terhadap kelangsungan hidup entitas. Penelitian mengenai *green accounting* dilakukan oleh Mustofa et al., (2020) , Gusma Alfarizi (2014) dan Handoko & Santoso (2023) menyatakan bahwa *green accounting* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Bahwa berdasarkan uraian tersebut maka dirumuskan hipotesis:

H1. *Green accounting* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

2. Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Jika suatu entitas memiliki kinerja lingkungan yang baik maka otomatis entitas tersebut memiliki pengungkapan tanggung jawab sosial yang baik. Oleh karena itu, entitas perlu mengungkapkan informasi tentang tanggung jawab sosial lebih luas sebagai bentuk sosialisasi kepada masyarakat. Berdasarkan teori *stakeholder* menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial entitas bertujuan untuk memperlihatkan kepada masyarakat aktivitas sosial yang dilakukan oleh entitas dan pengaruhnya terhadap masyarakat. Dampak dari pengungkapan ini, nantinya *stakeholder* bisa berinvestasi pada perusahaan tersebut, bagi masyarakat bisa menggunakan produk dari

perusahaan tersebut. Stakeholder atau para pemangku kepentingan dibagi menjadi dua yaitu pihak internal dan pihak eksternal. Pihak internal itu sendiri adalah pemegang saham, manajemen dan karyawan. Sedangkan dari pihak eksternal adalah investor, kreditor, konsumen, *supplier*, masyarakat dan pemerintahan. Penelitian kinerja lingkungan dengan pengungkapan *corporate social responsibility* dilakukan oleh (Anam, 2021) dan Anindito (2012) yang menemukan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Berdasarkan uraian tersebut, maka disusun hipotesis sebagai berikut.

H2.Kinerja Lingkungan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

3. Pengaruh *Media Disclosure* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Plorensia & Pancawati (2015), *media disclosure* merupakan media efektif yang didukung oleh pengguna internet yang pada zaman sekarang lebih berkembang. Frekuensi jumlah informasi pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) melalui media *website* memunculkan peluang mempengaruhi *stakeholder*, sehingga para *stakeholder* menilai bahwa adanya usaha perusahaan untuk memenuhi kebutuhannya.

Hal ini didukung dengan adanya *teori stakeholder* bahwa perusahaan harus memperhatikan kepentingan pihak-pihak yang

memiliki keterkaitan dengan perusahaan dalam aktivitas operasional, sehingga perusahaan harus memenuhi kebutuhan dari *stakeholder* dengan cara yang cepat dan efektif melalui website. Penelitian mengenai *media disclosure* telah dilakukan oleh Sparta & Rheadanti, (2019) dan Widiastuti, (2018) dari penelitian ini menunjukkan bahwa *media disclosure* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Berdasarkan uraian tersebut maka dirumuskan hipotesis:

H3. *Media disclosure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

4. Pengaruh *Slack Resource* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Slack resources adalah sumber daya potensial dan nyata perusahaan secara berlebih. Sumber daya berlebih ini bisa diterapkan untuk menyesuaikan diri dalam menghadapi tekanan dari dalam dan dari luar yang dilalui oleh perusahaan. Kelebihan sumber daya ini dapat menciptakan peluang perusahaan untuk berinvestasi dalam kegiatan sosial dan juga bisa memenuhi kebutuhan dan harapan pemangku kepentingan (Sugiarti, 2020).

Hal ini didukung dengan adanya *teori stakeholder* bahwa implementasi CSR merupakan salah satu strategi yang diterapkan oleh perusahaan untuk membangun hubungan positif dengan para pemangku kepentingan. Melalui CSR perusahaan memberikan keyakinan kepada

para pemangku kepentingan bahwa semua sumber daya yang telah dikelola secara efisien dan sesuai dengan norma-norma yang berlaku, sehingga *stakeholder* tidak khawatir terkait kelangsungan perusahaan dimasa mendatang. Adanya *slack resource* memungkinkan perusahaan untuk menerapkan berbagai kebijakan, termasuk CSR. Kelebihan sumber daya dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk meningkatkan pelaksanaan aktivitas CSR. Kinerja CSR yang baik akan menghasilkan data yang berkualitas, yang kemudian dapat digunakan dalam pelaporan CSR yang berkualitas (Toms, 2002). Kualitas pengungkapan CSR menjadi penting untuk menjaga hubungan baik perusahaan dengan para stakeholdernya.

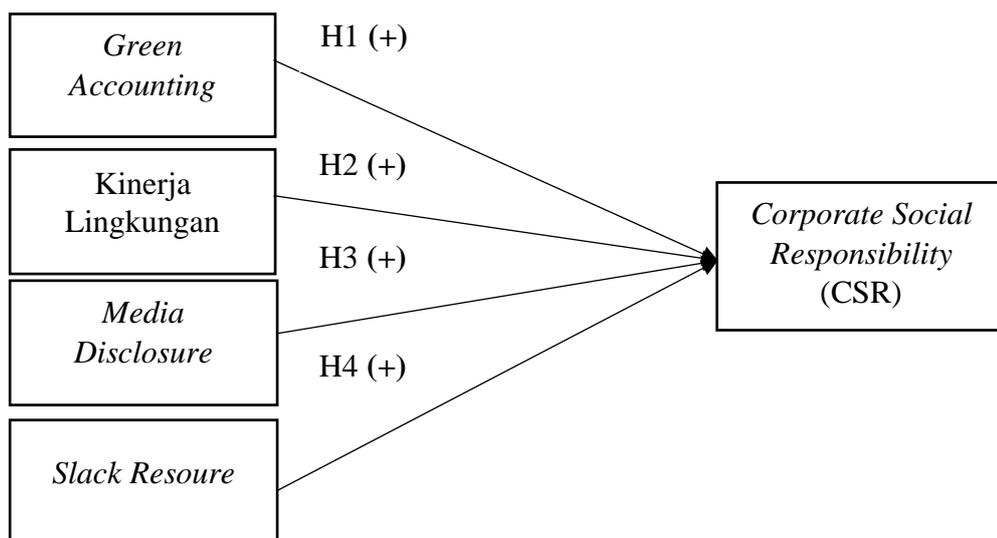
Stakeholder dapat didefinisikan sebagai pihak-pihak yang bersedia mengambil risiko akibat kepemilikan mereka dalam bentuk modal, keterampilan, investasi keuangan, atau sesuatu yang berharga dalam perusahaan (Krisnawati, 2018). Kelebihan sumber daya yang tersedia dapat membuka peluang bagi perusahaan untuk berinvestasi dalam berbagai kegiatan sosial dan memenuhi harapan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yuliandhari & Sekariesta, (2023) mengenai informasi CSR dapat menjadi sarana untuk membangun relasi dengan para pemangku kepentingan, memberikan keyakinan bahwa semua asset perusahaan dikelola dengan baik sesuai dengan peraturan yang berlaku. Penelitian yang dilakukan Shoimah & Aryani, (2019) yang menyatakan bahwa *slack resources* mempunyai

pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Penelitian tersebut mempunyai hasil yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasanah (2019) dan (Syawaline, 2019). Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4. *Slack resource* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

D. Model Penelitian

Gambar 2. 1 Model Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) dan mengikuti PROPER (Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup) tahun 2018-2022.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017). Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pemilihan sampel secara khusus dan menetapkan ciri-ciri tertentu untuk penelitian atau sampel berdasarkan pertimbangan subjektif tertentu, dimana terdapat syarat-syarat yang harus dipenuhi dalam sampel (Sugiyono, 2017). Adapun kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022

b) Perusahaan yang menerbitkan laporan keberlanjutan dari tahun 2018-2022

c) Perusahaan manufaktur yang mengikuti PROPER pada tahun 2018-2022

B. Data Penelitian

1. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yaitu laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2018-2022. Data dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2018-2022 yang diperoleh dari *website www.idx.co.id*. Objek penelitian ini adalah pengaruh *green accounting*, kinerja lingkungan, *media disclosure*, *slack resources* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

2. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode dokumentasi dari sumber-sumber data sekunder dengan mengumpulkan, mencatat, dan mengelola data yang berkaitan dengan penelitian. Metode pengumpulan data diperlukan untuk membantu penelitian ini adalah metode dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data dengan cara menggunakan jurnal-jurnal, buku-buku serta melihat dan mengambil data-data yang diperoleh dari laporan laporan keuangan perusahaan

manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2018-2022 melalui *website* *www.idx.co.id*.

3. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data pada penelitian ini dilakukan dengan Teknik komputerisasi yaitu dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS for windows. Teknik ini digunakan untuk mempermudah dalam proses pengolahan data sampai dengan pada analisis data dan uji hipotesis yang akan dilakukan pada model regresi penelitian.

C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Tabel 3. 1
Variabel Penelitian dan Pengukuran

Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran
Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> adalah pengungkapan informasi yang berkaitan dengan lingkungan di dalam laporan tahunan perusahaan	Acuan informasi laporan <i>corporate social responsibility</i> yang digunakan adalah <i>Sustainability Reporting Guidelines</i> (SRG), yang dikeluarkan oleh <i>Global Reporting Initiative</i> (GRI). Setiap item CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan dan diberi nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan CSR adalah sebagai berikut: $CSR = \frac{\sum \text{total skor item pengungkapan CSR}}{133 \text{ item informasi CSR GRI Standar}}$

Tabel 3. 2
Variabel Penelitian dan Pengukuran

Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran
Variabel Independen: <i>Green Accounting</i>	<i>Green Accounting</i> merupakan sebuah konsep dimana perusahaan dalam proses produksi memprioritaskan efisiensi dan efektivitas dalam menggunakan sumber daya secara optimal dapat memberikan manfaat kepada masyarakat (Leon, 2018).	indikator <i>green accounting</i> di annual report=0 1. Perusahaan manufaktur yang hanya melakukan pengungkapan indikator <i>green accounting</i> hanya dalam bentuk narasi =1 2. Perusahaan manufaktur yang melakukan pengungkapan indikator <i>green accounting</i> dengan gambar dan narasi di annual report =2 3. Perusahaan manufaktur yang melakukan pengungkapan indikator <i>green accounting</i> dengan gambar, narasi dan didukung dana yang dikeluarkan <i>annual report</i> =3
Kinerja Lingkungan	Kinerja lingkungan adalah hasil yang dapat diukur dari sistem manajemen lingkungan, yang terkait dengan kontrol aspek-aspek lingkungannya (Ikhsan, 2008).	Kinerja lingkungan diukur berdasarkan sistem peringkat yang diterbitkan Kementerian Lingkungan Hidup dalam lampiran PROPER mulai dari skor 1 hingga 5 yang dijabarkan sebagai berikut. 1. Skor 5 untuk warna emas dalam PROPER 2. Skor 4 untuk warna hijau dalam PROPER 3. Skor 3 untuk warna biru dalam PROPER 4. Skor 2 untuk warna merah dalam PROPER 5. Skor 1 untuk warna hitam PROPER

Tabel 3. 3
Variabel Penelitian dan Pengukuran

Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran
<i>Media Disclosure</i>	<p><i>Media Disclosure</i> merupakan cara perusahaan memanfaatkan media yang tersedia untuk mengkomunikasikan identitas serta informasi mengenai kegiatan yang bisa dikomunikasikan adalah CSR perusahaan. (Respati, 2015).</p>	<p>Penelitian ini mengukur <i>media disclosure</i> menggunakan <i>website</i> dengan variabel <i>dummy</i>, yaitu dengan memberikan nilai 1 untuk perusahaan dan memberikan nilai 0 untuk perusahaan yang tidak mengungkapkan kegiatan CSR di <i>website</i> resmi perusahaan.</p>
<i>Slack Resource</i>	<p><i>Slack resources</i> adalah Sumber daya berlebih yang bisa diterapkan untuk menyesuaikan diri dalam menghadapi tekanan dari dalam dan dari luar yang dilalui oleh perusahaan (Mahalistianing & Yuliandhari, 2021).</p>	<p><i>Slack resources</i> dihitung dengan <i>high-discretion slack</i>, yaitu nilai kas dan setara kas karena meskipun CSR sifatnya wajib, tetapi skala kegiatan CSR tergantung kepada kebijakan perusahaan. Nilai kas dan setara kas yang diubah menjadi logaritma natural kas dan setara kas. Berikut adalah rumus perhitungan <i>slack resources</i>: $\text{Slack resources} = \text{LN total kas dan setara kas}$</p>

D. Metode Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan metode pengumpulan, penyajian dan pengaturan data yang digunakan untuk mendeskripsikan atau membergambarkan terhadap objek yang diteliti melalui data sampel dan populasi. MenurutGhozali, (2018), statistik deskriptif menyajikan suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), *standar deviasi*, varian, *minimum*, *maksimum*, *sum*, *range*, *kurtosis* dan *sweakness*. Statistik deskriptif biasanya digunakan untuk menggambarkan data sampel yang akan diolah sebelumnya memanfaatkan teknik analisis statistik yang berfungsi untuk menguji hipotesis. Data tersebut biasanya disajikan dalam bentuk grafik, diagram, dan tabel untuk menggambarkan hasil perhitungan secara ringkas.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menguji kualitas data sehingga data diketahui keabsahannya serta untuk menghindari terjadinya estimasi bias. Uji asumsi klasik ini memiliki empat pengujian, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heterokedastisitas.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji model regresi dalam penelitian apakah terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik harus menghasilkan data terdistribusi normal. Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik non-parametik Kolmogorov Smirnov Test. Data dikatakan terdistribusi normal apabila nilai signifikansi $> 0,05$ (Ghozali, 2018).

4. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji suatu model regresi dalam penelitian terdapat korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi korelasi antara variabel independen dan terbebas dari gejala multikolinearitas. Untuk mengetahui terjadi multikolinearitas atau tidak yaitu dengan melihat besarnya nilai VIF (Variance Inflation Factor) dan nilai Tolerance dalam hasil pengolahan data menggunakan SPSS. Suatu model regresi dikatakan terbebas dari gejala multikolinearitas apabila nilai $VIF < 10$ dan nilai $Tolerance > 0,10$ (Ghozali,2018).

5. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi untuk menguji model regresi terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah model regresi dalam penelitian terjadi autokorelasi atau tidak. Untuk melihat hasil tersebut, digunakan Uji *Durbin-Watson* (Ghozali, 2018). Pengambilan keputusan untuk mengetahui ada tidaknya gejala autokorelasi dapat dilihat dalam tabel, sebagai berikut (Ghozali, 2018).

Tabel 3. 2
Keputusan Uji Autokorelasi

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	<i>No Decision</i> (tidak ada keputusan)	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada korelasi negative	Tolak	$4-dl < d < 4$
Tidak ada korelasi positif	<i>No Decision</i> (tidak ada keputusan)	$4-du \leq d \leq 4-dl$
Tidak ada autokorelasi positif, atau negative	Tidak ditolak	$du < d < 4-du$

E. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Pengujian ini bertujuan untuk melihat apakah data penelitian terjadi gejala heteroskedastisitas atau tidak. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, apabila nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$. Terjadi gejala heteroskedastisitas, apabila nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$ (Ghozali, 2018).

F. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besar pengaruh variabel dependen dan beberapa variabel independent. Analisis regresi linier berganda pada penelitian ini menguji variabel independent yaitu akuntansi hijau, kinerja lingkungan, media disclosure, dan slack resource. Uji analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi

BM SPSS for Windows. Berdasarkan penjelasan diatas persamaan untuk analisis regresi linier berganda sebagai berikut :

$$CSR = \alpha + \beta_1 AH + \beta_2 KL + \beta_3 MD + \beta_4 SR + \varepsilon$$

CSR = Tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

α = Konstanta

$\beta_{1,2,3}$ = Koefisien Regresi

AH = *Green Accounting*

KL = Kinerja Lingkungan

MD = *Media Disclosure*

SR = *Slack Resource*

E = Error

G. Pengujian Hipotesis

a) Uji R^2 (*R Square*)

Uji koefisien determinasi R^2 digunakan untuk memprediksi seberapa besar kontribusi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Sebaliknya, nilai koefisien determinasi yang kecil menandakan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat buruk (Ghozali, 2018).

b) Uji F

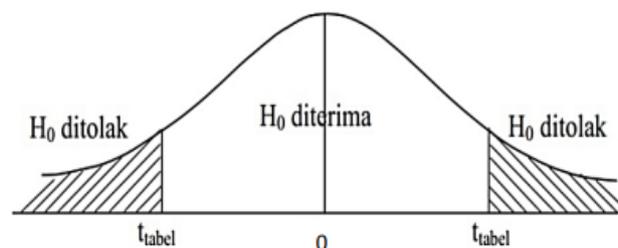
Uji F (Uji Goodness of Fit Model) digunakan untuk menguji apakah model regresi yang digunakan itu fit atau tidak. Ketentuan dalam menilai hasil hipotesis uji F yaitu level signifikansi 5% atau 0,05 dengan derajat kebebasan pembilang $df_1 = k$ dan derajat kebebasan penyebut $df_2 = n - k - 1$, yang mana k merupakan jumlah variabel bebas. Sehingga uji F dilakukan dengan hasil, sebagai berikut.

- 1) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansi < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian tersebut fit (bagus).
 - 2) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai signifikansi > 0.05 , maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian tersebut tidak fit (tidak bagus).
- c) Uji t

Uji t merupakan pengujian hipotesis yang digunakan untuk melihat pengaruh dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut (Ghozali,2018.) uji t disimpulkan dengan cara:

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya secara parsial tidak adanya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial adanya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Gambar 3. 1 Kurva Uji



BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh *green accounting*, kinerja lingkungan, *media disclosure* dan *slack resource* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022. Sampel penelitian ini adalah 15 perusahaan, sehingga jumlah sampel secara keseluruhan selama 5 tahun sebanyak 75 perusahaan. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier berganda.

Green accounting, Kinerja Lingkungan, dan *Slack resource* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). *Media disclosure* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

B. Keterbatasan

Penelitian ini hanya berfokus pada aspek lingkungan yang membahas tentang *green accounting*, kinerja lingkungan, *media disclosure* dan *slack resource*. Banyaknya perusahaan yang belum menerbitkan laporan selama periode penelitian dan kurangnya kelengkapan data yang dibutuhkan dalam penelitian membuat sampel dalam penelitian terbatas.

C. Saran

Bagi penelitian selanjutnya yang tertarik untuk meneliti judul yang sama sebaiknya mempertimbangkan dan mencari variabel independent lain yang berpengaruh terhadap luas pengungkapan CSR seperti menambahkan variabel citra perusahaan penelitian Sarra (2020). Menggunakan aspek ekonomi dan sosial dan dalam menggunakan sampel tidak hanya menggunakan sampel dari perusahaan manufaktur saja, tetapi menggunakan seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. W. , & A. H. (2020). (n.d.). Abdullah, M. W., & Amiruddin, H. (2020). Efek Green Accounting terhadap Material Flow Cots Accounting dalam Meningkatkan Keberlangsungan Perusahaan. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 4(2). Abdullah, M. W., & Amiruddin, H. (2020). *Efek Green Accounting Terhadap Material Flow Cots Accounting Dalam Meningkatkan Keberlangsungan Perusahaan. Ekuitas: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 4(2).
- Anam, H. (2021). Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal GeoEkonomi*, 12(1), 38–52. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v12i1.141>
- Aniela, Yoshi. 2012. (n.d.). *Peran Akuntansi Lingkungan Dalam Meningkatkan Kinerja Lingkungan Dan Kinerja Keuangan Perusahaan. Berkala Ilmiah Mahasiswa Akuntansi – Vol 1, No. 1, Januari 2012. .*
- Anindito, T. , & A. M. D. (2012). (n.d.). *Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Corporate Social Responsibility (Csr Disclosure) Dan Kinerja Finansial Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 2(1), 1–12. <https://doi.org/10.20961/Jab.V14i1.154> ISSN : 2337-3806.
- Bernadette. (2014). (n.d.). *How Financial Slack Affects Corporate Performance: An Examination in an Uncertain and Resource Scarce Environment.*
- Darma, B. D., Arza, F. I., & Halmawati, H. (2019). Pengaruh Pengungkapan Media, Kinerja Lingkungan Dan Kepemilikan Asing Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility: *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(1), 78–89. <https://doi.org/10.24036/jea.v1i1.63>
- Dewi, N. P. D. P., & Budiasih, I. G. A. N. (2022). Pengaruh Kinerja Lingkungan Pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(10), 1192. <https://doi.org/10.24843/eeb.2022.v11.i10.p03>
- Dianty, A., & Nurrahim, G. (2022). Pengaruh Penerapan Green Accounting dan Kinerja Lingkungan terhadap Kinerja Keuangan. *Economics Professional in Action (E-PROFIT)*, 4(2), 126–135. <https://doi.org/10.37278/eprof.v4i2.529>
- Djajadiningrat, S. T. dan M. Famiola. (2004). (n.d.). *Kawasan Industri Berwawasan Lingkungan (Eco Industrial Park). Bandung: Rekayasa sains.*
- Ekowati, L. , P. & W. A. (n.d.). *Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Growth, dan Me.*
- Emilia Nur Hidayah, & Saiful Anwar. (2023). Pengaruh Media Exposure, Profitabilitas, ISO 14001 dan Slack Resources Terhadap Pengungkapan CSR

- Dimoderasi Kepemilikan Institusional. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 2(2), 338–353. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v2i2.1478>
- Fahmi, F. N. (2015). (n.d.). *Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris , Perusahaan Pengungkapan Corporate (Studi Empiris Pada Perusahaan High Profile yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013)*.
- Ghozali & Chariri, 2007. (n.d.). *Teori Akuntansi*.
- Ghozali, I. (2018). (n.d.). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*.
- Gusma Alfarizi, A. (2014). *Pengaruh Media Exposure, Ukuran Perusahaan, Leverage dan Struktur Kepemilikan Saham Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. 4, 1–11.
- Handoko, J., & Santoso, V. (2023). Pengaruh Akuntansi Hijau dan Kinerja Lingkungan terhadap Kinerja Keuangan dengan Tanggung Jawab Sosial sebagai Pemediasi. *Nominal Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 12(1), 84–101. <https://doi.org/10.21831/nominal.v12i1.56571>
- Hardianti. (2017). (n.d.). *Peran Green Accounting dalam Upaya Mencegah Pencemaran Lingkungan untuk Menunjang Keberlangsungan Usaha (Studi pada PTPN Persero Pabrik Gula Takalar)*. (Naskah Publikasi Skripsi). Universitas Islam Negeri Alauddin, Makassar.
- Hartono, E. (2018). (n.d.). *Implementasi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia*. *Jurnal Kajian Akuntansi*, 2(1), 108–122. ISSN : 2579-9975.
- Hasanah, I. L. , M. M. , & J. J. (2019). (n.d.). *Slack Resources, Rapat Dewan Komisaris dan Feminisme Dewan Direksi Terhadap Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. *E_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 8(11). <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jra/article/view/4469>.
- Hustna Dara Sarra, S. A. (n.d.). Pengaruh Kinerja Lingkungan, Citra Perusahaan dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan CSR. *Pengaruh Kinerja Lingkungan, Citra Perusahaan Dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan CSR, Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin Universitas Muhammadiyah Tangerang Volume 2, 2020*.
- Ibrahim, M. , S. E. Z. , & W. A. (2015). (n.d.). *Karakteristik Perusahaan, Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Dan Nilai Perusahaan*. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma JAMAL*, 6(1), 99–106. <https://doi.org/10.18202/jamal.2015.04.6008>. ISSN : 2086-7603.

- Ikhsan, Arfan. (2008). (n.d.). *Akuntansi Lingkungan & Pengungkapannya*. Yogyakarta : Graha Ilmu. *Ikhsan, Arfan. (2008).Akuntansi Lingkungan & Pengungkapannya. Yogyakarta : Graha Ilmu.*
- Kamil. N. M.. âk Jan, M. T. (2014). (n.d.). *Kamil. N. M.. âk Jan, M. T. (2014). Islamic Corporate Social Rasponsibility (CSR Validating a Higher-Order Measurement Model Islamic Corporate.*
- Khotimah, T. A. N. , N. E. E. , & S. E. (2022). (n.d.). *Pengaruh Green Accounting dan Material Flow Cost Accounting Terhadap Keberlanjutan Perusahaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam: Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Sri-Kehati.*
- Krisnawati, A. , Y. G. , & R. B. Y. (2018). (n.d.). *Modeling An Effective Corporate Social Responsibility Based On System Theory And Management Functions: A Case Study In Indonesia. International Journal of Business and Society, 19(2), 249–261. www.pu.go.id.,.*
- Lako, Andreas. 2018. (n.d.). *Lako, Andreas. 2018. Akuntansi Hijau: Isu, Teori dan Aplikasi. Penerbit Salemba Empat. Edisi Perdana. .*
- Leon, M. (2018). (n.d.). *Penerapan green accountingdan material flow cost accounting (Mfca) Terhadap Suistainable Development.*
- Mahalistianingsih, I., & Yuliandhari, W. S. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Agresivitas Pajak dan Slack Resources Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan, 9(3), 479–488. https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i3.893*
- Mariani, D. (2017). (n.d.). *Pengaruh Penerapan Green Accounting , Kepemilikan Saham Publik, Publikasi CSR Terhadap Pengungkapan CSR Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening. Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, 6(2), 141–160. ISSN : 2252-7141.*
- Mustofa, U. A., Edy, R. N. A. P., Kurniawan, M., & Kholid, M. F. N. (2020). Green Accounting Terhadap CSR pada Bus di Indonesia dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 6(3), 508. https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1372*
- Plorensia, Winda. , & P. Hardiningsih. 2015. (n.d.). *Plorensia, Winda., & Pancawati Hardiningsih. 2015. Pengaruh Agresivitas Pajak Dan Media Eksplosure Terhadap Corporate Social Responsibility. Dinamika Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan 4(2):136–51. https://unisbank.ac.id/ojs/index.php/fe9/article/view/4592.*
- Rakhiemah, A. N. , & A. D. (2007). (n.d.). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) dan Kinerja Finansial

- Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”. SNA-Simposium Nasional Akuntansi, XII, Palembang. Rakhiemah, A. N., & Agustia, D. (2007). *Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Kinerja Finansial Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. SNA-Simposium Nasional Akuntansi, XII, Palembang.
- Respati, R. D. , & H. P. B. (n.d.). *Analisis Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, Dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Dipenogoro*,.
- Sari, R. Novita. (2018). (n.d.). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Perusahaan Indonesia Yang Terdaftar Di LQ45 Tahun 2013-2016)*.
- Septiana, F. , & F. A. (2014). (n.d.-a). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Persahaan Manufaktur*. *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Indonesia*, 3(September), 1–9.
- Septiana, F. , & F. A. (2014). (n.d.-b). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Persahaan Manufaktur*. *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Indonesia*, 3(September), 1–9.
- Shoimah, I. L., & Aryani, Y. A. (2019). Slack Resources, Family Ownership and Corporate Social Responsibility Disclosure. *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, 9(2), 192. <https://doi.org/10.22219/jrak.v9i2.8629>
- Sparta, S., & Rheadanti, D. K. (2019). Pengaruh Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perusahaan Manufaktur Terdaftar di BEI. *Equity*, 22(1), 12–25. <https://doi.org/10.34209/equ.v22i1.903>
- Sugiarti, R. (2020). (n.d.). *Pengaruh Firm Maturity Dan Slack Resources Terhadap Pengungkapan*. *Journal of Applied Business and Economics (JABE)*, 7(1), 48– 64.
- Sugiyono.(2017). (n.d.). *Metode Penelitian Kuantitatif,kualitatif dan R&D*.Alfabeta.
- Suharyani, R. , U. I. , & W. J. A. (2019). (n.d.). *Pengaruh Tekanan Stakeholder Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Kualitas Sustainability Report*. *Jurnal Akademi Akuntansi*, 2(1), 71–92. ISSN : 2715-1964.

- Sukasih, A. , & S. E. (2017). (n.d.). Sukasih, A., & Sugiyanto, E. (2017). Pengaruh Struktur Good Corporate Governance Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015). *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 2(2), 121–131. <https://doi.org/10.23917/Reaksi.V2i2.4894>. ISSN : 1411-6510.
- Sukoharsono, E. G. (2019). (n.d.). *Sustaining A Sustainability Report By Modifying Triple Bottom Line To Pentaple Bottom Line: An Imaginary Research Dialogue. The International Journal Of Accounting And Business Society*.
- Syahputra, R., & Muslih, M. (2023). *Pengaruh Slack Resources , Leverage Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure (Studi pada Perusahaan Indeks LQ45 Non-Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2020) The Effect Of Slack Resources , Le.* 10(2), 1456–1464.
- Syawaline, V. R. , & S. E. (2021). (n.d.). *Pengaruh Komisaris Independen, Slack Resources Dan Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure (Studi Pada Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2019). EProceedings of Management*, 8(5). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/16205/15913>.
- Toms,J.S.2002.(n.d.). *Firm Resources, Quality Signals and the Determinants of Corporate Environmental Reputation: Some UK Evidence* .
- Untung, Budi. 2014. (n.d.). *Untung, Budi. 2014. CSR dalam Dunia Bisnis. Yogyakarta: ANDI*.
- Wahyu Mega Pratiwi Universitas Negeri Surabaya. (n.d.). *Akuntansi Lingkungan Sebagai Strategi Pengelolaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Lingkungan Pada Perusahaan Manufaktur. Akuntansi Lingkungan Sebagai Strategi Pengelolaan 2023 dan Pengungkapan Tanggung Jawab Lingkungan Pada Perusahaan Manufaktur, Wahyu Mega Pratiwi Universitas Negeri Surabaya* .
- Widiastuti, H. E. R. U. and R. H. (n.d.). . *"Pengaruh ukuran perusahaan, tipe industri, growth, dan media exposure terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (studi empiris pada perusahaan yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2014-2015)*.
- Widiastuti, H. E. R. U. dan R. Handoko. 2018. (n.d.). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, Growth, Dan Media Exposure*

Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

- Wijaya, Maria. (2012). (n.d.). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur Yangterdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi, 1(1)*, 26–30.
- Yakhou, M. , D. V. P. (2004). (n.d.). Environmental Accounting: An Essential Component of Business Strategy, *Journal Business Strategy and the Environment, Bus, Strat, Env 13*, 65-77. . Yakhou, M., Dorweiler, V. P. (2004). *Environmental Accounting: An Essential Component of Business Strategy, Journal Business Strategy and the Environment, Bus, Strat, Env 13*, 65-77. .
- Yuliandhari, W. S., & Sekariesta, N. (2023). Pengaruh Gender Diversity, Kepemilikan Asing, dan Slack Resources terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Manado (JAIM), 4(2)*, 438–449. <https://doi.org/10.53682/jaim.vi.7304>
- Zurika, H. L. , D. A. (2018). (n.d.). Analisis Penerapan Akuntansi Lingkungan (Green Accounting) Dalam Pengelolaan Limbah Perusahaan. Asosiasi Program Pascasarjana Perguruan Tinggi Muhammadiyah' Aisiyah (APPPTMA). Zurika, H. L., Diana, A. (2018). *Analisis Penerapan Akuntansi Lingkungan (Green Accounting) Dalam Pengelolaan Limbah Perusahaan. Asosiasi Program Pascasarjana Perguruan Tinggi Muhammadiyah' Aisiyah (APPPTMA)*.