

## **PENGARUH *GREEN ACCOUNTING*, *FIRM SIZE*, *MEDIA EXPOSURE* TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY***

**Novriska Viendi Dwi Saputri<sup>1</sup>; Lilis Setyowati<sup>2</sup>**

Universitas Dian Nuswantoro<sup>1,2</sup>

Email : viendinovriska@gmail.com<sup>1</sup>; lilis.setyowati@dsn.dinus.ac.id<sup>2</sup>

### **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menguji hubungan antara paparan media, ukuran perusahaan, akuntansi hijau dan pengungkapan CSR. Perusahaan-perusahaan di sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia antara tahun 2019 dan 2022 menjadi subjek studi kasus penelitian ini. Purposive sampling adalah pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Teori pemangku kepentingan dan teori sinyal merupakan dua gagasan yang diterapkan dalam penelitian ini. Selama periode observasi empat tahun, 66 perusahaan dicakup dalam penelitian ini. Penelitian menunjukkan bahwa perhatian media berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, namun akuntansi hijau tidak mempunyai pengaruh terhadapnya. Selain itu, ukuran bisnis juga tidak berpengaruh terhadap hal ini.

Kata kunci : *green accounting*; *firm size*; *media exposure*; *corporate social responsibility*

### **ABSTRACT**

*The aim of this research is to determine and test the relationship between media exposure, company size, green accounting and CSR disclosure. Companies in the energy sector listed on the Indonesia Stock Exchange between 2019 and 2022 are the subject of this research case study. Purposive sampling is the research approach used in this study. Stakeholder theory and signal theory are two ideas applied in this research. Over a four-year observation period, 66 companies were covered in this study. Research shows that media attention influences disclosure of corporate social responsibility, but green accounting has no influence on it. Apart from that, business size also has no influence on this.*

*Keywords : green accounting; company size; media exposure; corporate social responsibility*

### **PENDAHULUAN**

Menurut Yurdila dan Mukhzarudfa (2019), tanggung jawab sosial perusahaan merupakan hasil upaya mengendalikan tuntutan perusahaan untuk memenuhi tugas sosialnya. Menurut Yovana & Kadir (2020) Istilah "tanggung jawab sosial perusahaan" (CSR) mengacu pada inisiatif organisasi untuk meningkatkan kesadaran terhadap isu-isu lingkungan dan sosial. Tanggung jawab sosial perusahaan, sebagaimana didefinisikan oleh Nubayanti (2020), adalah penyediaan data finansial dan non-finansial, yang dapat dimasukkan dalam laporan tahunan suatu organisasi, mengenai interaksinya

dengan lingkungan sosial dan fisiknya. Perusahaan harus mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan dan memberikan akses informasi kepada masyarakat mengenai tindakan bisnisnya (CSR) memerlukan akuntansi pertanggungjawaban sosial dapat berperan dalam menjalankan fungsinya mengatasi permasalahan sosial yang dihadapi perusahaan (Melati, 2020).

Berbagai permasalahan terkait *corporate social responsibility* (CSR) terjadi pada PT Bayan *Resources* dengan organisasi masyarakat mengenai penyaluran dana CSR yang tidak merata sebesar 167 miliar disalurkan kepada Kaltim, sedangkan dana yang disalurkan pada tiga perguruan tinggi negeri di Pulau Jawa sebesar 200 miliar (Liputan6.com, 2022). Kasus lain terjadi pada PT Medco dengan warga sekitar tentang pencemaran lingkungan dan gagalnya program CSR yaitu program penanaman padi *System of Rice Intensification* (SRI) (Redaksi.com, 2023). Kasus selanjutnya terjadi pada PT Adaro Energy Indonesia dengan sejumlah aktivis dalam upaya menghentikan penggunaan *energy* kotor dan mempertanyakan rencana *Green Initiatives* Adaro Energy (TrendAsia.org, 2021). Kasus selanjutnya terjadi pada PT Bukit Asam serta PT Indo Tambangraya Megah yang melakukan kerusakan lingkungan dalam aktivitas perusahaan (Syahputra & Helmy, 2019).

Informasi mengenai pertanggungjawaban sosial perusahaan yang lengkap dan akurat dapat digunakan untuk menghasilkan kinerja perusahaan yang lebih baik (Nur & Anwar, 2023). Beberapa faktor yang dapat mempengaruhinya antara lain *green accounting*, *firm size*, dan *media exposure*. *Green accounting* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR yaitu memberi dorongan pada kegiatan pelaporan keuangan dan kegiatan ekonomi yang berdampak terhadap lingkungan dan dapat dilaksanakan oleh perusahaan. Perusahaan memberikan informasi mengenai biaya lingkungan, dan risiko lingkungan dalam laporan keuangan (Azzahra et al., 2021). Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya pada penelitian Cyhintia & Sofyan (2023) dan Hazki (2023) Berbeda dengan penelitian Azzahra et al., (2021) dan Syekha (2021) yang menunjukkan bahwa hal tersebut tidak ada kaitannya dengan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR); di sisi lain, temuan penelitian menunjukkan bahwa akuntansi ramah lingkungan memang demikian.

Modal sosial suatu perusahaan juga dapat terkena dampak negatif dari ukurannya. Besar kecilnya suatu perusahaan mempengaruhi komitmennya terhadap

tanggung jawab sosial perusahaan; seiring pertumbuhan perusahaan, begitu pula hasil usahanya. Perusahaan besar akan memberikan informasi yang lebih spesifik dibandingkan perusahaan kecil, menurut Yovana & Kadir (2020) yang juga menyatakan bahwa hal ini tidak ada hubungannya dengan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR); Sebaliknya, temuan penelitian ini mendukung gagasan bahwa ketahanan lingkungan adalah hal yang nyata.

Skala juga mungkin berdampak pada kehadiran media sosial perusahaan. Pengungkapan CSR dipengaruhi secara negatif oleh ukuran perusahaan; perusahaan yang lebih besar juga menghasilkan hasil perhitungan yang lebih besar. Jika dibandingkan dengan usaha kecil, organisasi yang lebih besar juga akan mampu memberikan informasi yang lebih akurat. Hal ini berdasarkan hasil penelitian sebelumnya.

Paparan media, sebuah strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk menyebarkan informasi tentang operasi mereka, merupakan faktor lain yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Tanggung jawab sosial perusahaan adalah salah satu bidang operasi bisnis yang mungkin disertakan dalam perbincangan. Televisi, surat kabar, dan internet adalah contoh media yang dapat digunakan oleh dunia usaha (Melati, 2020). Menggunakan media untuk mensosialisasikan tanggung jawab sosial perusahaan dapat meningkatkan pencapaian CSR dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap inisiatif lingkungan dan sosial yang dilakukan perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Oktaviani dkk. (2020), penelitian ini berbeda dengan penelitian Syekha (2021) dan Hazki (2023) yang menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan media terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Sebaliknya, hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dampak negatif media terhadap CSR.

Jika temuan penelitian sebelumnya tidak sejalan, penelitian lebih lanjut harus dilakukan dengan ilmuwan yang memiliki pengetahuan tentang pengaruh paparan media, ukuran bisnis, dan akuntansi ramah lingkungan terhadap CSR (Cyhintia & Sofyan, 2023) serta tanggung jawab sosial perusahaan. Objek penelitian dan tahun penelitian menjadi pembeda penelitian ini dengan penelitian lainnya. Data terkini dari tahun 2019 hingga 2022 digunakan, dengan penekanan pada bisnis industri energi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan temuan terkini dengan melakukan

penelitian lebih lanjut dengan judul “Pengaruh akuntansi ramah lingkungan, ukuran perusahaan, dan paparan media terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan sektor energi tahun 2019–2022”.

## TINJAUAN PUSTAKA

### *Stakeholder Theory*

Menurut teori pemangku kepentingan Freeman (1994), pihak-pihak yang memiliki kepentingan menentukan kapasitas perusahaan (Pratama & Deviyanti, 2022). Penggunaan teori pemangku kepentingan dalam penelitian ini menghubungkan ukuran bisnis dengan akuntansi ramah lingkungan. Teori kepentingan pemangku kepentingan menekankan bahwa suatu bisnis bukan sekadar suatu entitas yang bekerja untuk tujuannya sendiri; hal ini juga harus memberikan manfaat bagi pemangku kepentingan dengan mengurangi dampak terhadap lingkungan. (Rakesa & Werastuti, 2022). Pengaruh skala perusahaan disorot oleh teori pemangku kepentingan. Hal ini menyoroti fakta bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap pemangku kepentingan lain selain investor ketika mengejar keuntungan. seperti pemerintah dan masyarakat (Cyhintia & Sofyan, 2023). Menurut teori pemangku kepentingan, suatu bisnis harus melayani pemangku kepentingannya serta kepentingannya sendiri agar dapat berfungsi. Karena adanya keterkaitan yang terjalin antara perusahaan dan pemangku kepentingannya, maka teori pemangku kepentingan menjadi landasan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, dan pemangku kepentingan memegang peranan penting dalam pembangunan berkelanjutan perusahaan. Manajemen memberikan informasi mengenai CSR kepada pemangku kepentingan untuk mengendalikan efisiensi dan efektivitas perusahaan (Nubayanti, 2020).

### *Signaling theory*

Menurut teori signaling, pemilik informasi mengirimkan sinyal berupa data tentang keadaan suatu perusahaan dengan cara yang menguntungkan penerima informasi (investor) (Yurdila & Mukhzarudfa, 2019). Teori *signal* pada penelitian ini berkaitan dengan *media exposure* yang diterima oleh investor sebagai sinyal positif dari perusahaan dan Dunia usaha membutuhkan pengakuan, kepercayaan diri, dan dukungan dari lingkungan sekitar mereka; mereka memerlukan ruang untuk mengakomodasi kebutuhan pemangku kepentingan dan sarana komunikasi yang lebih efisien dengan mereka (Sari, 2021). Menurut teori *signaling*, perusahaan yang sukses

menggunakan informasi keuangan untuk memberikan sinyal bahwa jika suatu perusahaan ingin meningkatkan modal, pengungkapan informasi yang luas maka dapat menarik perhatian investor melalui keterbukaan informasi yang komprehensif, seperti pengungkapan dana pelaksanaan CSR. Hal ini memungkinkan manajemen untuk memberikan informasi keberlanjutan perusahaan kepada pengguna laporan keuangan, sehingga memungkinkan mereka menilai kinerja bisnis secara akurat (Subagyo & Murwaningsari, 2023).

### ***Green Accounting***

Menurut Meliti (2020), akuntansi hijau adalah proses pengumpulan, analisis, pelaporan, dan berbagi data tentang operasi bisnis dan lingkungan. Dengan menganalisis tindakan lingkungan dari sudut pandang biaya lingkungan dan manfaat ekonomi, akuntansi hijau berupaya meningkatkan efektivitas pengelolaan lingkungan. Akuntansi ramah lingkungan juga berfungsi untuk menunjukkan komitmen perusahaan terhadap perbaikan lingkungan dan untuk mempromosikan tanggung jawab perusahaan dan transparansi lingkungan. Perusahaan diharapkan bersedia mematuhi undang-undang di negara tempatnya menjalankan bisnis dan penggunaan akuntansi ramah lingkungan dalam pelaporan keuangan tahunan perusahaan akan melindungi lingkungan. Kinerja lingkungan akan terkena dampak positif oleh pengungkapan biaya lingkungan oleh sistem akuntansi lingkungan terstruktur, baik internal maupun eksternal. (Mustofa et al., 2020).

### ***Environmental Cost***

*Environmental cost* atau Menurut Asjuwita dan Agustin (2018), biaya lingkungan adalah pengeluaran yang ditanggung oleh suatu organisasi untuk memitigasi risiko penurunan kualitas lingkungan dan memperbaiki segala kerusakan yang diakibatkan oleh operasinya. Mendorong dunia usaha untuk melindungi lingkungan dan menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap komitmen sosial perusahaan merupakan dua hasil dari penyeimbangan biaya perlindungan lingkungan. Biaya lingkungan direkomendasikan sebagai investasi jangka panjang karena dapat membantu dunia usaha membangun reputasi yang kuat dan membantu mereka mengatasi tantangan baru (Meiyana & Aisyah, 2019).

### ***Firm Size***

*Firm size* adalah metrik yang digunakan untuk memperkirakan ukuran perusahaan (Yovana & Kadir, 2020). Total pendapatan, total nilai aset, kapitalisasi pasar, dan jumlah personel semuanya dapat digunakan untuk menentukan ukuran suatu perusahaan. Sumber daya yang besar dan tenaga penjualan memaksa bisnis untuk lebih sering berinteraksi dengan pemangku kepentingan, sehingga memerlukan paparan operasi bisnis yang luas, termasuk pengungkapan CSR (Oktaviani et al., 2020). Perusahaan harus mengungkapkan kewajiban sosial dan lingkungannya karena meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap mereka akibat kepemilikan aset yang signifikan (Cyhintia & Sofyan, 2023). Menurut Santoso dan Dilak (2020), terdapat korelasi antara teori pemangku kepentingan dan ukuran perusahaan, dimana perusahaan yang lebih besar lebih cenderung untuk menunjukkan tanggung jawab sosialnya. Bisnis yang lebih besar sering kali menawarkan informasi yang lebih rinci dibandingkan bisnis yang lebih kecil.

### ***Media Exposure***

*Media exposure* merupakan alat yang digunakan perusahaan dalam mengkomunikasikan informasi mengenai aktivitas yang dilakukan perusahaan. Melalui media masa pengungkapan CSR dinilai lebih efektif dan efisien (Cyhintia & Sofyan, 2023). Salah satu aspek operasional bisnis yang mungkin dibahas adalah tanggung jawab sosial perusahaan. Televisi, surat kabar, dan internet adalah contoh media yang dapat digunakan oleh dunia usaha (Melati, 2020). Paparan media mendorong dunia usaha untuk bersikap transparan mengenai kebijakan dan praktik CSR mereka (Syekha, 2021). Menggunakan media untuk mengkomunikasikan tanggung jawab sosial perusahaan dapat meningkatkan pencapaian CSR dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap inisiatif lingkungan dan sosial perusahaan (Syahputra & Helmy, 2019).

### ***Corporate Social Responsibility***

*Corporate social responsibility* Mengurangi dampak negatif dan memaksimalkan manfaat baik terhadap elemen ekonomi, sosial, dan lingkungan merupakan tugas perusahaan kepada pemangku kepentingan (Nur & Anwar, 2023). Pengungkapan *corporate social responsibility* diwujudkan melalui laporan pertanggungjawaban sosial perusahaan sebagai komitmen dan keperduliaannya terhadap lingkungan (Santoso &

Dilak, 2020). Pengungkapan CSR diharapkan dapat memenuhi informasi yang dibutuhkan pemangku kepentingan. Menjaga kualitas sumber daya manusia dan kemampuan mengambil keputusan berdasarkan kebutuhan bisnis menjadi dua keunggulan penerapan CSR bagi dunia usaha. Tujuan masyarakat adalah untuk meningkatkan standar moral sehingga hukum tetap dipatuhi. Dan bagi lingkungan adalah mencegah kerusakan lingkungan sehingga mampu menjaga sumber daya alam (Syekha, 2021).

### **Pengembangan Hipotesis**

#### ***Pengaruh green accounting terhadap pengungkapan corporate social responsibility***

Akuntansi hijau dapat membantu manajemen bisnis dalam mengambil peran aktif dalam melestarikan dan memperbaiki lingkungan (Hazki, 2023). Pengungkapan praktik akuntansi lingkungan berdampak pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), dan penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan CSR meningkat berbanding lurus dengan kinerja lingkungan organisasi. Kinerja lingkungan yang kuat akan memotivasi lebih banyak pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini diharapkan dapat membantu persepsi masyarakat dan menggalang dukungan dari semua pihak terkait (Novianti, 2019). Teori pemangku kepentingan, yang menyoroti perlunya dunia usaha untuk memprioritaskan kepentingan pemangku kepentingan di atas kepentingan mereka sendiri, adalah sebuah konsep yang mencerminkan pengaruh akuntansi ramah lingkungan (Rakesa & Werastuti, 2022). Akuntansi ramah lingkungan digunakan untuk menentukan seberapa baik suatu bisnis mematuhi undang-undang yang berlaku. Penelitian ini mendukung temuan Sitompul (2021) dan Cyhintia dan Sofyan (2023) bahwa tanggung jawab sosial perusahaan dipengaruhi oleh akuntansi hijau.

***H<sub>1</sub> : Green accounting berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility***

#### ***Pengaruh firm size terhadap pengungkapan corporate social responsibility***

Skala atau metrik yang disebut “ukuran perusahaan” digunakan untuk mengukur ukuran perusahaan sehubungan dengan total pendapatan, tingkat penjualan rata-rata, dan total aset. Teori pemangku kepentingan memperhitungkan hubungan antara ukuran bisnis dan pengungkapan CSR (Nubayanti, 2020). Menurut teori pemangku kepentingan, bisnis harus memperhitungkan kewajibannya kepada masyarakat dan pemerintah selain investornya ketika mengejar keuntungan (Cyhintia & Sofyan, 2023). Hubungan antara



ukuran bisnis dan pengungkapan CSR adalah bahwa perusahaan yang lebih besar akan mengambil tanggung jawab yang lebih besar. Akibatnya, bisnis besar harus mengungkapkan informasi secara lebih luas untuk memenuhi tuntutan pemangku kepentingan akan rincian kepentingan mereka. Penelitian ini melengkapi penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nubayanti (2020), Cyhintia dan Sofyan (2023), serta Yovana dan Kadir (2020) yang menemukan hubungan antara ukuran bisnis dan modal sosial perusahaan.

***H<sub>2</sub>: Firm size berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility***  
***Pengaruh Media Exposure terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility***

Media web adalah media kuat yang didukung oleh peningkatan jumlah pengguna internet (Oktaviani et al., 2020). Pengaruh *media exposure* terhadap pengungkapan CSR adalah perusahaan mengkomunikasikan CSR melalui media online, diharapkan masyarakat dapat menerima informasi mengenai kegiatan sosial perusahaan. Teori sinyal, yang berpendapat bahwa apa yang investor tafsirkan sebagai sinyal positif dari perusahaan dan bahwa bisnis mencari pengakuan, kepercayaan, dan dukungan dari lingkungannya, mencerminkan hubungan antara paparan media dan pengungkapan CSR. Bisnis memerlukan ruang untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan dan sarana komunikasi yang lebih efektif (Sari, 2021). Penelitian ini mendukung temuan Oktaviani dkk. (2020) dan Yovana dan Kadir (2020) yang menunjukkan bahwa pengungkapan media berpengaruh *corporate social responsibility*.

***H<sub>3</sub> : Media exposure berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility***

**METODE PENELITIAN**

Metode adalah suatu cara kerja yang dapat digunakan untuk memperoleh sesuatu. Sedangkan metode penelitian dapat diartikan sebagai tata cara kerja di dalam proses penelitian, baik dalam pencarian data ataupun pengungkapan fenomena yang ada (Zulkarnaen, W., et al., 2020:229). Penelitian semacam ini mempunyai fokus kuantitatif. Meiyana dan Aisyah (2019) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif melibatkan pengumpulan data dalam bentuk data kualitatif, numerik, atau ringkasan. Penelitian ini berfokus pada seluruh perusahaan sektor energi yang terdaftar pada tahun 2019 hingga 2022 di Bursa Efek Indonesia. Selama periode pengamatan delapan



tahun, penelitian ini menggunakan purposive sampling, yaitu metode pengumpulan sampel yang menggunakan kriteria sebagai berikut :

1. Perusahaan industri energi yang tercatat pada tahun 2019 sampai dengan tahun 2022 di BEI.
2. Pelaku usaha di industri energi yang tidak menerbitkan laporan tahunan antara tahun 2019 dan 2022.
3. Perusahaan sektor energy tidak mempublikasikan laporan berkelanjutan (sustainable reporting) pada periode 2019-2022.

### **Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

#### **Variabel penelitian**

Ciri-ciri seseorang, benda, atau kegiatan dengan bentuk tertentu yang dapat digunakan peneliti untuk menguji, meneliti, dan mengambil kesimpulan disebut dengan variabel penelitian. Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) (Yovana & Kadir, 2020).

#### **Definisi Operasional**

Dengan menghubungkan hipotesis dan teori penelitian, Operational definition is a crucial concept that is used to adjust each variable in accordance with the applicable permutation rules. (Yovana & Kadir, 2020). Berikut definisi operasional yang diterapkan dalam penelitian ini:

#### **Pustaka / Literatur**

##### ***Green Accounting***

Pengungkapan komponen biaya lingkungan oleh perusahaan yang ditentukan dengan membagi pendanaan program pembangunan lingkungan dengan laba bersih menjadi proksi untuk variabel ini (Cyhintia & Sofyan, 2023). mirip dengan rumus di bawah ini:

$$\text{Biaya lingkungan} = \frac{\text{Environmental Cost}}{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}$$

##### ***Firm Size***

*Firm Size* merupakan adalah metrik yang digunakan untuk memperkirakan ukuran perusahaan. Logaritma natural total aset digunakan dalam penelitian untuk menentukan ukuran perusahaan (Yovana & Kadir, 2020). dibangun dengan cara yang dijelaskan di bawah ini:

$$Firm Size = Ln (Total Aset)$$

### **Media Exposure**

Sumber utama pengetahuan tentang tugas suatu entitas adalah media. Dummy (1 mewakili perusahaan yang mempublikasikan informasi tentang inisiatif CSR mereka di situs web dan surat kabar, dan 0 mewakili perusahaan yang tidak mempublikasikannya) (Yurdila & Mukhzarudfa, 2019).

### **Corporate Social Responsibility**

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan adalah variabel penelitian, dan standar Lingkungan Global Report Initiative (GRI) 4.0 digunakan. Sebuah perusahaan menerima skor 1 untuk setiap indikasi GRI yang mengungkapkannya, dan skor 0 jika tidak mengungkapkan (Cyhintia & Sofyan, 2023).

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan :

CSRDI<sub>j</sub> : *Corporate Social Responsibility* indeks perusahaan j.

$\sum X_{ij}$  : Untuk elemen yang diungkapkan, skor keseluruhan perusahaan adalah 1, dan untuk elemen yang tidak diungkapkan adalah 0. Hasilnya,  $0 \leq CSRDI_j \leq 1$ . N<sub>j</sub>: Jumlah item pengungkapan untuk bisnis j. Nilai maksimumnya adalah 34.

### **Teknik Analisis Data**

Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini bersama dengan metodologi analisis data SPSS 20. Keterkaitan antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen diperiksa dengan menggunakan analisis regresi linier berganda (Cyhintia & Sofyan, 2023). Ini adalah persamaan model regresi linier berganda yang diterapkan dalam penelitian ini.

## **HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI**

### **Analisis Deskriptive**

Deskripsi nilai statistik variabel penelitian diberikan melalui analisis deskriptif. Variabel dependen yaitu CSR memiliki standar deviasi sebesar 56084 dan rata-rata sebesar 62499. Dengan menggunakan 124 titik data, variabel independen pertama—akuntansi hijau—memiliki standar deviasi 1,27252 dan nilai rata-rata 0,2998. Rata-rata ukuran perusahaan sebesar 31,6201, dengan standar deviasi sebesar 6,61011, ditentukan

dengan menggunakan 124 titik data. Terdapat 124 titik data di Eksposur Media, dengan standar deviasi 0,4954 dan rata-rata 0,5806.

### Uji Asumsi Klasik

**Uji Normalitas**, pada uji *Kolmogorov-Smirnov* nilai *Asymp* ditampilkan pada hasil data. Apabila nilai tanda suatu kumpulan data adalah 0,219, artinya lebih besar dari 0,05 ( $0,219 > 0,05$ ), maka kumpulan data tersebut dianggap berdistribusi normal.

**Uji Multikolinearitas**, Berdasarkan Tabel Koefisien, setiap variabel independen memiliki nilai toleransi kurang dari 0,05 dan nilai VIF sekitar 10. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen tidak menunjukkan korelasi atau multikolinearitas.

**Uji Autokorelasi**, berdasarkan nilai DW yang menampilkan nilai 1,844. Selanjutnya menggunakan  $K=3$  dan  $n=124$ , nilai  $dI$  dan  $dU$  adalah  $dU=1.7567$  dan  $dL=1.6579$ . Temuan ini menunjukkan bahwa tidak terjadi autokorelasi karena nilai DW yang diperoleh lebih besar dari nilai  $dI$  dan lebih rendah dari nilai  $(4-dU = 4-1,7567) = 2,2433$  yaitu  $1,6577 < 1,844 < 2,2433$ .

**Uji Heteroskedastisitas**, melalui uji *glejser* menunjukkan data variabel *green accounting*, *firm size*, dan *media exposure* mempunyai nilai signifikan  $> 0,05$  yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas dan data berdistribusi normal. Temuan plot *scette*, yang menampilkan pola titik-titik yang berjarak seragam untuk menghasilkan pola yang menyenangkan, juga menunjukkan hal ini.

### Uji Hipotesis

#### Uji T

Hipotesis pertama ditolak karena variabel pengukuran tinggi lompat tinggi mempunyai tingkat signifikansi  $0,191 > 0,05$  sehingga menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara tinggi lompat tinggi dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Karena kepemilikan saham publik memiliki tingkat signifikansi  $0,535 > 0,05$  yang menunjukkan bahwa temuan penelitian tidak dipengaruhi secara signifikan oleh modal sosial perusahaan, maka temuan penelitian ini juga mendukung hipotesis 2. Eksposur media berpengaruh terhadap CSR, sesuai hipotesis penelitian ketiga, dan pengaruh ini mempunyai nilai signifikansi  $0,002 > 0,05$ .

## Uji F

Berdasarkan temuan pengujian, 0,004 merupakan angka signifikan. Apabila ditemukan hasil yang signifikan dan ambang signifikansinya kurang dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa variabel independen dan dependen dipengaruhi secara bersamaan.

Temuan persamaan di atas menunjukkan bahwa variabel terikat dalam penelitian ini mempunyai koefisien positif. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR akan meningkat seiring dengan peningkatan penggunaan akuntansi ramah lingkungan, ekspansi perusahaan, dan lebih banyak pernyataan paparan media dari dunia usaha. Evaluasi model Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>).

## Pembahasan

### **Pengaruh *Green Accounting* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Dengan nilai signifikan sebesar  $0,191 > 0,05$  maka uji T pada Tabel 7 menyajikan nilai koefisien variasi jenis rambut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari tahun 2019 hingga 2022, pengaruh media sosial terhadap bisnis energi perusahaan tidak dipengaruhi secara signifikan oleh variabel lingkungan. Karena hipotesis yang menyatakan bahwa green Accounting tidak berpengaruh terhadap modal sosial pada pelaku usaha yang bergerak di bidang energi pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2021, maka H1 pada penelitian ini diterima. Hasil penelitian tersebut konsisten dengan beberapa penelitian lain yang menunjukkan dampak kesadaran lingkungan terhadap penggunaan media sosial di dalam perusahaan. (Azzahra et al., 2021). Hal ini menunjukkan pentingnya akuntansi ramah lingkungan, yang perlu dipertimbangkan oleh wirausaha sosial di semua tingkatan.

### **Pengaruh *Firm Size* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Hipotesis kedua penelitian tersebut adalah sejauh mana modal sosial suatu perusahaan terkena dampak negatif. Signifikansi statistik dari hasil analisis data menggunakan SPSS digunakan untuk memperkirakan sig. Variabel ukuran usaha setidaknya sebesar  $0,191 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berdampak terhadap inisiatif CSR, sehingga meningkatkan validitas kedua hipotesis. Koefisien beta variabel ini yaitu sebesar 0,019 menunjukkan arah yang positif. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa intensitas CSR suatu perusahaan meningkat sebanding dengan ukuran perusahaan secara keseluruhan. Bisnis yang lebih besar akan

dapat memberikan lebih banyak informasi tentang CSR. Penelitian Santoso & Dilak (2020), Sitompul (2021), dan lainnya menunjukkan bahwa ukuran suatu organisasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kehadiran media sosial perusahaan.

### ***Pengaruh Media Exposure terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility***

Dampak paparan media terhadap pengungkapan CSR merupakan hipotesis ketiga yang diteliti dalam penelitian ini. Sig. adalah 0,02, yang kurang dari 0,05, sesuai dengan temuan pengolahan data pada tabel uji signifikansi parsial SPSS 20 (uji t). Hipotesis ketiga ditemukan dapat diterima berdasarkan temuan penelitian. Studi menunjukkan bahwa bisnis dengan tingkat pengungkapan yang rendah cenderung tidak mengungkapkan informasi di media perusahaannya. Sebaliknya, penurunan pengungkapan CSR menjadi pendorong bagi perusahaan yang sebelumnya melakukan pengungkapan secara online namun tidak melakukan mediasi pada tahun berikutnya. Bisnis dengan sedikit pengungkapan CSR biasanya tidak melakukan hal tersebut. Dengan kata lain, bisnis yang melakukan sedikit atau tidak sama sekali melakukan CSR sering kali berusaha menyembunyikannya. Menolak untuk memuat informasi terkait CSR di situs web perusahaan adalah salah satu cara untuk menyembunyikannya. Penelitian sebelumnya oleh (Hazki, 2023); (Syekh, 2021); (Yurdila & Mukhzarudfa, 2019); dan (Santoso & Dilak, 2020) yang menemukan hubungan antara pengungkapan media dan pengungkapan CSR bertentangan dengan hasil penelitian ini.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil pengujian dan evaluasi hipotesis, disimpulkan bahwa (1). Akuntansi ramah lingkungan atau dikenal dengan variabel X1 memiliki dampak signifikan dan positif terhadap kehadiran media sosial perusahaan. Dengan cara ini, fokusnya adalah pada identifikasi hipotesis awal penelitian (H1) (2). Pengaruh positif dan signifikan modal sosial terhadap usaha disebabkan oleh besar kecilnya usaha atau variabel X2. Hasil hipotesis 2 (H2) dalam penelitian ini dievaluasi (3). Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan tidak berhubungan dengan penetrasi media atau variabel X3. Temuan penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pemahaman kita tentang bagaimana akuntansi ramah lingkungan diterapkan dalam bisnis, selain menawarkan rekomendasi yang dapat diberikan oleh para peneliti kepada bisnis. Selain itu, lebih banyak penelitian mungkin akan memilih sektor energi yang berbeda dengan

ukuran sampel yang lebih besar dengan harapan dapat menghasilkan temuan penelitian yang lebih baik. Ini hanyalah beberapa aspek lain yang dapat dipertimbangkan untuk penelitian di masa depan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Asjuwita & Agustin, 2018. *Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Biaya Lingkungan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018*. 3327–3345.
- Azzahra dkk., 2021. Pengaruh Penerapan Green Accounting, Karakteristik Komite Audit, Diversitas Kebangsaan Direksi Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Di Perbankan. *urnal Akuntansi dan Pajak*.
- Cyhintia & Sofyan, 2023. Pengaruh Akuntansi Hijau, Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 5(2), 579–591. <https://doi.org/10.24036/jea.v5i2.690>.
- Ghozali, 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9 ed.). Universitas Diponegoro.
- Hazki, 2023. *Pengaruh Penerapan Green Accounting, Karakteristik Komite Audit, Diversitas Kebangsaan Direksi dan Gender Direksi Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*.
- KetikPos.com, 2023. Warga Selat Punai Desak DPRD Sumsel Segera Cabut Izin PT RMK Energy. <https://www.ketikpos.com/daerah/9599970785/warga-selat-punai-desak-dprd-sumsel-segera-cabut-izin-pt-rmk-energy>.
- Liputan6.com, 2022. HomeRegionalKalimantan Ratusan Massa Demo Pertanyakan Aliran Dana CSR Perusahaan Tambang di Balikpapan. <https://www.liputan6.com/regional/read/4965684/ratusan-massa-demo-pertanyakan-aliran-dana-csr-perusahaan-tambang-di-balikpapan>.
- Meiyana & Aisyah, 2019. *Pengaruh Kinerja Lingkungan, Biaya Lingkungan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening*. 1–18.
- Melati, 2020. *Penagruh Penerapan Green Accounting, Kepemilikan Saham Publik, Pengungkapan Media Terhadap Corporate Social Responsibility*.
- Mustofa dkk. 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>
- Novianti, 2019. *Pengaruh Penerapan Green Accounting, Kepemilikan Saham Publik, Pengungkapan Media Terhadap Corporate Soacial Responsibility Disclosure*.
- Nubayanti, 2020. *Analisis Pengaruh Laverange, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. <https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma>
- Nur dan Anwar, 2023. Pengaruh Media Exposure, Profitabilitas, ISO 14001 dan Slack Resources Terhadap Pengungkapan CSR Dimoderasi Kepemilikan Institusional. *Ekoma: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 2(2). [www.aseancsrnewtork.org](http://www.aseancsrnewtork.org).
- Oktaviani dkk. 2020. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Laverange Dan Pengungkapan Media Terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Di Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Taun 2016-2018*. <https://www.unilever.co.id>



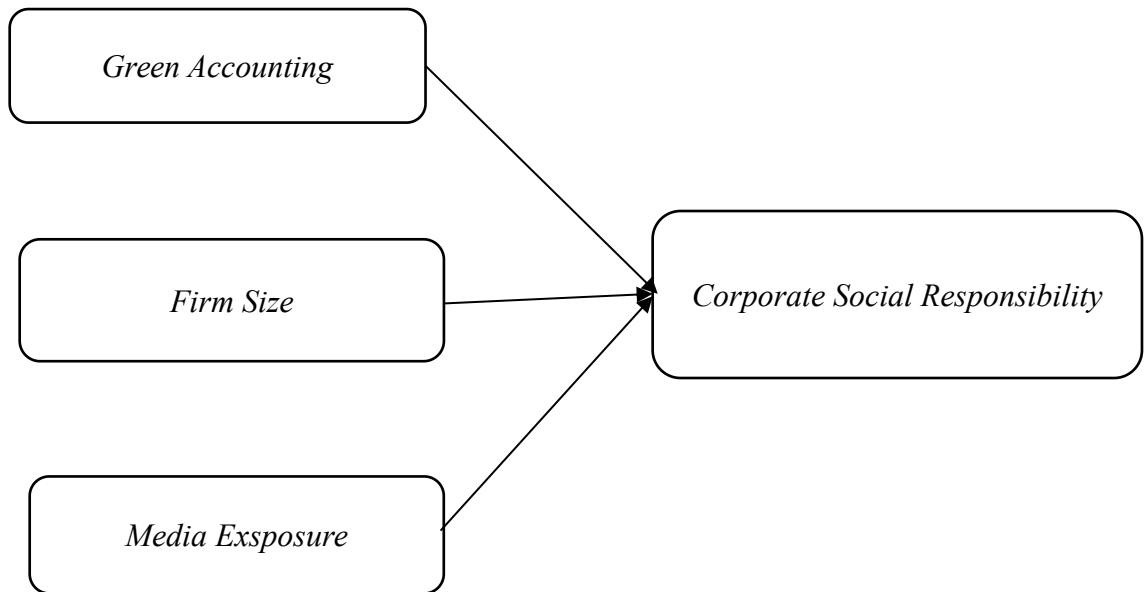
- Pratama dan Deviyanti, 2022. Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility terhadap institutional ownership pada perusahaan high-profile yang listing di bursa efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen*, 18(3), 540. <https://doi.org/10.29264/jinv.v18i3.11701>
- Redaksi.com, 2023. Selain Pencemaran Lingkungan, CSR PT. Medcp Juga Dinilai Bermasalah. <https://www.ajnn.net/news/selain-pencemaran-lingkungan-csr-pt-medco-di-aceh-timur-juga-dinilai-bermasalah/index.html>.
- Santoso dan Dilak, 2020. Pengaruh Profitabilitas, Laverage, Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. 3535–3542.
- Sitompul, 2021. Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, laverage, dan jumlah anggota komisaris Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility.
- Syahputra dan Helmy, 2019. Analisis Pengungkapan Lingkungan Berdasarkan Global Reporting Initiatives (GRI) G4. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 678–693.
- Syekha, 2021. Pengaruh Green Accounting, Media Exposure, Dan Agresivitas Pajak Terhadap Corporate Social Responsibility.
- TrendAsia.org, 2021. Green Initiative Adaro Patut Dipertanyakan! <https://trendasia.org/green-initiative-adaro-patut-dipertanyakan/>.
- Yovana dan Kadir, 2020. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Provitabilitas, Laverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*.
- Yurdila dan Mukhzarudfa, 2019. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dewan Komisaris, Laverage dan Pengungkapan media Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Yang Go Public Dan Listing Di Bursa Efek Indonesia (BEI). [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id).
- Zulkarnaen, W., Fitriani, I., & Yuningsih, N. (2020). Pengembangan Supply Chain Management Dalam Pengelolaan Distribusi Logistik Pemilu Yang Lebih Tepat Jenis, Tepat Jumlah Dan Tepat Waktu Berbasis Human Resources Competency Development Di KPU Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(2), 222-243. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss2.pp222-243>.

## GAMBAR, GRAFIK DAN TABEL

Tabel 1. Pemilihan Sampel

No	Keterangan	2019	2020	2021	2022	Total
1	Perusahaan sektor <i>energy</i> yang terdaftar di BEI periode tahun 2019-2022.	66	66	66	66	274
2	Perusahaan sektor <i>energy</i> yang tidak mempublikasikan laporan tahunan ( <i>annual reporting</i> ) pada periode 2019-2022.	4	5	7	6	19
3	Perusahaan sektor <i>energy</i> yang tidak mempublikasikan laporan keberlanjutan ( <i>sustainability reporting</i> ) pada periode 2019-2022.	49	44	19	26	138
	Jumlah Sampel	13	17	40	34	104





Gambar 1. Kerangka Konseptual

Lampiran Hasil Uji SPSS

Tabel 3.1 Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
GA	124	-.16	10.14	.2998	1.27252
FS	124	13.91	39.30	31.6201	6.61011
ME	124	.00	1.00	.5806	.49546
CSR	124	4411764706.00	7058823529.00	6249999999.7500	560846096.82119
Valid N (listwise)	124				

Tabel 3.2 Multikolonieritas Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6262583005.304	126894605.739		49.353	.000		
GA	26434363.463	20118314.371	.115	1.314	.191	.972	1.029
FS	2374578.365	3819022.138	.054	.622	.535	.999	1.001
ME	-164629172.565	51673400.955	-.279	-3.186	.002	.972	1.029

a. Dependent Variable: Y

Tabel 3.3 Autokorelasi

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.323 <sup>a</sup>	.104	.082	279872269.43195	1.844

a. Predictors: (Constant), ME, FS, GA

b. Dependent Variable: Y

Tabel 3.4 Heterokedastisitas  
 Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6262583005.304	126894605.739		49.353	.000
1 GA	26434363.463	20118314.371	.115	1.314	.191
FS	2374578.365	3819022.138	.054	.622	.535
ME	-164629172.565	51673400.955	-.279	-3.186	.002

a. Dependent Variable: Y

Tabel 3.5 Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		124
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000018
	Std. Deviation	276438123.79942590
	Absolute	.094
Most Extreme Differences	Positive	.094
	Negative	-.092
Kolmogorov-Smirnov Z		1.051
Asymp. Sig. (2-tailed)		.219

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Tabel 3.6 Uji F  
 ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1091772496750829 440.000	3	3639241655836097 90.000	4.646	.004 <sup>b</sup>
Residual	9399418463638845 000.000	120	7832848719699038 4.000		
Total	1049119096038967 5000.000	123			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), ME, FS, GA

Tabel Uji Regresi  
 Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6262583005.304	126894605.739		49.353	.000
GA	26434363.463	20118314.371	.115	1.314	.191
FS	2374578.365	3819022.138	.054	.622	.535
ME	-164629172.565	51673400.955	-.279	-3.186	.002

a. Dependent Variable: Y

Tabel Uji T  
 Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6262583005.304	126894605.739		49.353	.000
GA	26434363.463	20118314.371	.115	1.314	.191
FS	2374578.365	3819022.138	.054	.622	.535
ME	-164629172.565	51673400.955	-.279	-3.186	.002

a. Dependent Variable: Y