

Penerapan *Green Accounting*, Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Dewan Komisaris, dan Pengungkapan Media Pada Pengungkapan CSR

Agnes Monika Febrianti Kondo¹

Ni Gusti Putu Wirawati²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Indonesia

*Correspondences: monikafebrianti25@gmail.com

ABSTRAK

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan dan masyarakat karena kerusakan yang diakibatkan oleh operasional perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan secara empiris pengaruh penerapan *green accounting*, profitabilitas, *leverage*, ukuran dewan komisaris, dan pengungkapan media terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan yang secara berturut-turut selama periode 2016-2020 mendapatkan penghargaan PROPER dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan dengan 40 sampel. Pengumpulan data melalui studi kepustakaan. Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil menunjukkan *green accounting* dan pengungkapan media berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR, profitabilitas dan *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR, ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Kata Kunci: *Green Accounting*; Ukuran Dewan Komisaris; Pengungkapan Media; *Corporate Social Responsibility*.

Effect of Green Accounting Implementation, Profitability, Leverage, Board of Commissioners Size, and Media Disclosure on CSR Disclosure

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility (CSR) is a form of corporate responsibility to stakeholders and the community because of the damage caused by the company's operations. The purpose of this study is to empirically prove the effect of the application of *green accounting*, profitability, leverage, size of the board of commissioners, and media disclosure on CSR disclosures in mining companies which successively during the 2016-2020 period received PROPER awards from the Ministry of Environment and Forestry with 40 samples. Data collection is done by literature study. The data collected were analyzed using multiple linear regression analysis. The results show that *green accounting* and media disclosure have a significant positive effect on CSR disclosure, profitability and leverage have a negative effect on CSR disclosure, the size of the board of commissioners has no significant effect on CSR disclosure.

Keywords: *Green Accounting*; Size of the Board of Commissioners; Media Disclosure; *Corporate Social Responsibility*



e-ISSN 2302-8556

Vol. 34 No. 8
Denpasar, 30 Agustus 2024
Hal. 1973-1986

DOI:
[10.24843/EJA.2024.v34.i08.p06](https://doi.org/10.24843/EJA.2024.v34.i08.p06)

PENGUTIPAN:

Kondo, A. M. F., & Wirawati, N. G. P. (2024). Penerapan *Green Accounting*, Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Dewan Komisaris, dan Pengungkapan Media Pada Pengungkapan CSR. *E-Jurnal Akuntansi*, 34(8), 1973-1986

RIWAYAT ARTIKEL:

Artikel Masuk:
7 Juni 2022
Artikel Diterima:
8 Juli 2022

Artikel dapat diakses : <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/index>

PENDAHULUAN

Isu yang berkaitan dengan lingkungan hidup seperti pencemaran air, pemanasan global, kebisingan, dan kegiatan industri lainnya yang memberikan dampak langsung terhadap lingkungan sekitar yang diakibatkan oleh operasional perusahaan semakin berkembang (Feng *et al.*, 2017). Sejalan dengan hal tersebut, perhatian masyarakat semakin terfokus pada kelestarian lingkungan, perusahaan dituntut untuk selalu memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungan kepada *stakeholder* serta masyarakat luas (Dewi dan Narayana, 2020). Menurut Nugraini dan Wahyuni (2021), perusahaan saat ini tidak hanya berorientasi pada *single bottom line* (nilai perusahaan) tetapi berorientasi pada *triple bottom line*, yaitu *profit, planet, dan people*. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu bentuk pertanggungjawaban kepada pemangku kepentingan dan juga masyarakat luas karena kerusakan yang diakibatkan oleh operasional perusahaan, guna memberikan citra positif perusahaan

Berdasarkan UU Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 pasal 74 terkait Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, dapat dikatakan bahwa pelaksanaan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bersifat *mandatory disclosure* atau wajib bagi perusahaan untuk melakukan atau menerapkannya bukan lagi bersifat sukarela. Disokong oleh Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan (TJSLP), dan adanya perhatian dari pemerintah yang mendukung penerapan *Sustainable Development and Green Economy* yang berprinsip dalam pengambilan keputusan pembangunan harus memperhatikan dimensi lingkungan. Pengungkapan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia masih dinilai rendah meskipun sudah ada peraturan yang mengaturnya, karena tidak ada kejelasan terkait sanksi jika perusahaan tidak melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (Endiana *et al.*, 2020)

Dengan adanya UU No. 40 tahun 2007 tersebut, maka setiap perusahaan wajib melaporkan tanggung jawab sosial dan lingkungannya dalam laporan tahunan maupun laporan keberlanjutan dengan pedoman *Global Report Initiative* (GRI) (de Villiers *et al.*, 2022). Berdasarkan isu yang bersumber dari majalah akuntan IAI Global, investasi di bidang eksplorasi dan penambangan pada negara-negara berkembang menunjukkan peningkatan dalam beberapa tahun terakhir. Hal tersebut sejalan dengan meningkatnya kesadaran internasional pada permasalahan tanggung jawab sosial perusahaan di sektor sumber daya alam, salah satunya industri pertambangan. Kementerian Negara Lingkungan Hidup sudah mencanangkan program pengelolaan kelingkungan yakni Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER).

Berdasarkan teori *stakeholder* keberlangsungan perusahaan sangat dipengaruhi oleh peran *stakeholder*, melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dapat menjadi perantara antara perusahaan dengan *stakeholder* (Dewi dan Narayana, 2020). Teori legitimasi berpendapat bahwa perusahaan harus mengungkapkan kegiatan perusahaan dalam rangka pengungkapan tanggung jawab sosial dengan semaksimal mungkin agar perusahaan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat sekitar perusahaan (Mardianthi dan Riduwan, 2019). Dalam teori agensi, konflik keagenan muncul karena adanya asimetri informasi

antara manajer dan pemegang saham, salah satu cara untuk mengurangi asimetri informasi adalah dengan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial

Intensitas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain *green accounting*, profitabilitas, *leverage*, ukuran dewan komisaris, dan pengungkapan media. Akuntansi memiliki peran yang sangat penting dalam mengelola hubungan antara perusahaan dengan lingkungan (Chasbiandani *et al.*, 2019). Oleh sebab itu, akuntansi ikut berperan dalam upaya pelestarian lingkungan melalui pengungkapan dalam laporan keuangannya terkait dengan biaya lingkungan (Chen, 2019). Sebagai tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan, setiap industri saat ini dituntut untuk dapat menerapkan *green accounting* (Dewi dan Narayana, 2020).

Dalam teori *stakeholder* konsep manajemen strategis dapat membantu perusahaan atau entitas untuk memperkuat hubungan dengan pihak eksternal dan mengembangkan keunggulan kompetitif (Suharyani *et al.*, 2019). Menurut Purba dan Candradewi (2019) profitabilitas dan *leverage* dianggap sebagai bagian dari faktor yang mempengaruhi sikap perusahaan terhadap keputusannya untuk bertanggung jawab secara sosial. Semakin tinggi profitabilitas mencerminkan bahwa kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang tinggi dapat meningkatkan tanggung jawab sosialnya, dengan demikian profitabilitas merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Semakin tinggi tingkat *leverage* maka akan semakin efektif penggunaan modal kerja dan semakin cepat modal kerja berputar, semakin besar keuntungan yang didapatkan untuk meningkatkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dalam teori agensi, manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*

Cahyono *et al.* (2017) menyebutkan bahwa berdasarkan pada teori agensi, ukuran dewan komisaris merupakan mekanisme pengendali internal tertinggi yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak yang tujuannya mencegah dan meminimalisir tindak *opportunity management*, salah satu cara dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan demikian ukuran dewan komisaris menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Semakin besar ukuran dewan komisaris dalam perusahaan maka akan semakin mudah untuk memonitoring tugas dari manajemen dalam menjalankan aktivitas usaha dan membuat manajemen semakin besar dalam mengungkapkan pelaksanaan CSR

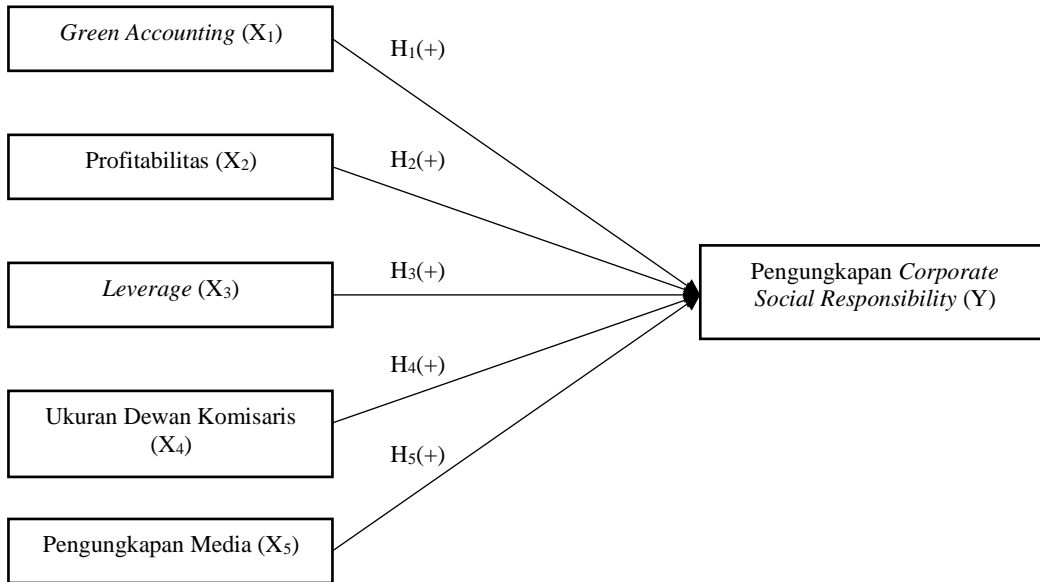
Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat diungkapkan melalui pengungkapan media (Andreas & Chang, 2021). Selain membangun citra positif perusahaan, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui media seperti *website* perusahaan atau portal berita juga online memberikan keterbukaan informasi (Budiyono & Maryam, 2017). Mempublikasikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara terbuka mengartikan bahwa dana yang disiapkan untuk program *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah dialokasikan dengan baik (Žukauskas *et al.*, 2017; Camilleri (2017). Alasan menggunakan perusahaan pertambangan karena bergerak dalam bidang pemanfaat sumber daya alam yang secara tidak langsung memberikan dampak negatif pada lingkungan sekitar. Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada

rentan waktu yang digunakan, dalam penelitian sebelumnya rata-rata hanya menggunakan tiga periode. Pada penelitian ini menggunakan lima tahun terakhir agar dapat lebih menggambarkan kondisi yang sebenarnya. Dan juga dalam penelitian ini menggunakan lebih dari tiga variabel independen, tidak hanya jenis rasio tetapi juga menggunakan variabel independen lain seperti *green accounting* dan pengungkapan media yang berlandaskan dengan tiga teori yaitu teori *stakeholder*, teori legitimasi, dan teori agensi.

Teori yang mendasari penelitian ini adalah teori *stakeholder*, Legitimasi dan teori agensi. Dewi dan Narayana (2020) menyebutkan teori *stakeholder* merupakan suatu teori yang menyatakan bahwa keberlangsungan perusahaan sangat dipengaruhi oleh peran *stakeholder*, melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dapat menjadi perantara antara perusahaan dengan *stakeholder*. *Stakeholder* adalah keterikatan atau komitmen yang didasarkan pada kepentingan tertentu, berbicara tentang teori *stakeholder* berarti membahas hal-hal yang mempengaruhi berbagai pihak (Mahdiyyah Haisir, 2017). Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya bekerja untuk kepentingannya sendiri melainkan juga harus memberikan manfaat atau keuntungan bagi *stakeholder* itu sendiri (Purba dan Candradewi, 2019). Sehingga, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ramadhani dan Maresti, 2021). Teori *stakeholder* merupakan konsep manajemen strategis yang kemudian dapat membantu perusahaan atau entitas untuk memperkuat hubungan dengan pihak eksternal dan mengembangkan keunggulan kompetitif (Putra, 2017). Teori *stakeholder* didasarkan pada etika organisasi dan sangat terkait dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan (Mukhzarudfa *et al.*, 2019). Teori selanjutnya ialah teori legitimasi. Teori legitimasi dikemukakan pertama kali oleh Dowling dan Pfeffer pada tahun 1975. Teori legitimasi merupakan gagasan tentang kontrak sosial antara perusahaan dan masyarakat dimana teori legitimasi memberikan dasar logis mengenai legitimasi organisasi dimana pengaruh masyarakat luas dapat menentukan alokasi sumber daya ekonomi dan keuangan (Tampubolon dan Siregar, 2019).

Teori legitimasi didasari pada kontak sosial antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan tersebut berada. Teori legitimasi berpendapat bahwa perusahaan harus mengungkapkan kegiatan perusahaan dalam rangka pengungkapan tanggung jawab sosial (Mardianthi dan Riduwan, 2019). Berdasarkan kajian tentang teori legitimasi dapat disimpulkan bahwa organisasi harus secara berkelanjutan menunjukkan telah beroperasi dalam perilaku yang konsisten dengan nilai sosial. Dengan adanya kontak sosial yang bersifat implisit antara perusahaan dan masyarakat, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat menjadi media komunikasi antara keduanya yang diharapkan dapat memperbaiki legitimasi perusahaan dan meningkatkan keuntungan perusahaan di masa yang akan datang dan memastikan *going concern* perusahaan. Teori agensi pertama kali dikemukakan oleh Jensen dan Meckling pada tahun 1976, dalam teori ini dinyatakan bahwa hubungan keagenan muncul ketika satu orang atau lebih (*principal*) mempekerjakan orang lain (*agent*) untuk memberi suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agen tersebut. Teori agensi adalah dasar teori yang menjadi acuan dalam pelaksanaan

praktik bisnis suatu perusahaan (Yanti *et al.*, 2021). Teori agensi merupakan suatu pengorbanan yang timbul dari segala hubungan keagenan, termasuk kontrak kerja antara manajer perusahaan dengan pemegang saham. Kemudian kerangka konseptual pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Sumber: Data Penelitian, 2022

Green accounting adalah penerapan akuntansi dimana perusahaan juga memasukkan biaya-biaya untuk pelestarian lingkungan ataupun kelestarian lingkungan sekitar (Ashari & Anggoro, 2020). Menurut penelitian Novianti (2019) menjelaskan bahwa secara parsial *green accounting* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Semakin baik kinerja lingkungan perusahaan maka akan semakin banyak pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan tersebut.

H₁: *Green accounting* berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham (Suharyani *et al.*, 2019). Kardiyanti dan Dwirandra (2020) menyebutkan profitabilitas memberikan pengaruh signifikan pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Purba dan Candradewi (2019) menyatakan bahwa profitabilitas yang diukur menggunakan *Return On Asset* (ROA) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

H₂: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Leverage adalah rasio yang digunakan untuk mengukur risiko kebangkrutan suatu perusahaan terhadap kreditur yang digunakan untuk membiayai aset perusahaan (Dalci, 2018). Kaitannya *leverage* dengan teori *stakeholder* adalah jika struktur modal perusahaan banyak dibiayai oleh kreditur (Butt, 2020), maka perusahaan tersebut masih mendapatkan kepercayaan dari kreditur (Kalantonis *et*

al., 2021). Ramadhani dan Maresti (2021) menjelaskan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

H₃: *Leverage* berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Mukhzarudfa *et al.* (2019) menyatakan dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Keberadaan dewan komisaris dalam melakukan kontrol atas kebijakan pengurusan, jalan pengurusan pada umumnya, dan memberikan nasehat kepada direksi atau manajemen dalam aktivitas operasional perusahaan. Yanti *et al.* (2021) menjelaskan semakin besar jumlah anggota dewan komisaris maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring semakin efektif.

H₄: Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Teori legitimasi berpendapat bahwa perusahaan harus mengungkapkan kegiatan perusahaan dalam rangka pengungkapan tanggung jawab sosial dengan semaksimal mungkin agar perusahaan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat sekitar perusahaan (Mardianthi dan Riduwan, 2019). Mukhzarudfa *et al.* (2019) menyatakan bahwa pengungkapan media berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Novianti (2019) dan Darma *et al.* (2019) menjelaskan pengungkapan media berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan yang mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di *website* perusahaan akan cenderung mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara lebih luas dalam laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan (Ramananda & Atahau, 2019; Samuel *et al.*, 2020).

H₅: Pengungkapan media berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

METODE PENELITIAN

Berdasarkan permasalahan yang akan diteliti, penelitian ini digolongkan pada penelitian kuantitatif dengan analisis data menggunakan metode pendekatan deskriptif. Penelitian ini dilakukan melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia. Data tersebut diperoleh dengan mendownload laporan tahunan, laporan keuangan, dan laporan keberlanjutan perusahaan yang dijadikan sampel selama periode 2016-2020 di *website* resmi perusahaan serta sumber-sumber lain yang relevan dengan data yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian laporan keuangan, laporan tahunan, serta laporan keberlanjutan atau *sustainability report* yang diunggah oleh perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Variabel independen dalam penelitian ini adalah *green accounting*, profitabilitas, *leverage*, ukuran dewan komisaris, dan pengungkapan media.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu bentuk pertanggungjawaban kepada pemangku kepentingan dan juga masyarakat luas karena kerusakan yang diakibatkan oleh operasional perusahaan, guna memberikan citra positif perusahaan (Nugraini dan Wahyuni, 2021). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *Global Reporting Initiative* (GRI)-G4. (Kardiyanti dan Dwirandra 2020).

Green accounting adalah penggabungan informasi mengenai manfaat dan biaya-biaya lingkungan ke dalam berbagai praktik akuntansi serta penggabungan biaya lingkungan ke dalam keputusan bisnis. Penerapan konsep *green accounting* dalam jangka panjang dapat menghemat biaya produksi sehingga dapat mengurangi beban operasional perusahaan (Dewi dan Narayana, 2020). Indikator yang digunakan untuk menghitung *green accounting* adalah prestasi perusahaan yang mengikuti program PROPER

Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Dalam penelitian ini profitabilitas akan diukur dengan menggunakan *Return On Asset* (Purba dan Candradewi, 2019)

Leverage adalah alat yang digunakan untuk mengukur pembiayaan aset perusahaan yang dibiayai oleh kreditur. *Leverage* menunjukkan tingkat ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiaya aktivitas operasionalnya (Ramadhani dan Maresti, 2021). Ratio yang digunakan untuk mengukur *leverage* dalam penelitian ini yaitu *Debt to Equity Ratio*

Dewan komisaris merupakan wakil *stakeholder* dalam perusahaan yang berbadan hukum Perseroan Terbatas (PT) yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan manajemen dan bertanggung jawab dalam menentukan apakah manajemen telah memenuhi tanggung jawab mereka dalam pengembangan dan penyelenggaraan pengendalian intern perusahaan (Yanti *et al.* (2021)

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat diungkapkan melalui pengungkapan media (Mukhzarudfa *et al.*, 2019). Dengan mempublikasikan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara terbuka mengartikan bahwa dana yang disiapkan untuk program *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah dialokasikan dengan baik. Pengungkapan media yang dilakukan dalam penelitian ini adalah media internet

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020 yang berjumlah sebanyak 52 perusahaan. Metode penentuan sampel dalam penelitian ini adalah dengan teknik *purposive sampling*. Adapun kriteria penentuan sampel dalam penelitian ini adalah Perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut tahun 2016-2020; Perusahaan pertambangan yang mendapatkan penghargaan PROPER secara berturut-turut tahun 2016-2020; dan Perusahaan pertambangan yang mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara berturut-turut tahun 2016-2020. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder. Adapun metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi, dengan studi kepustakaan (*library research*) dan riset internet. Data kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut tahun 2016-2020 dan telah mendapatkan penghargaan PROPER secara berturut-turut tahun 2016-2020 yakni sebanyak 8 perusahaan, dengan 5 tahun pengamatan penelitian, maka diperoleh total sampel selama lima tahun sebanyak 40 data penelitian.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	40
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200

Sumber: Data Penelitian, 2022

Nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* 0,200 lebih besar dari *level of significant* yaitu 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai residual pada model regresi yang diuji sudah berdistribusi normal.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
<i>Green Accounting</i> (X ₁)	0,760	1,315
Profitabilitas (X ₂)	0,895	1,117
<i>Leverage</i> (X ₃)	0,609	1,643
Ukuran Dewan Komisaris (X ₄)	0,656	1,525
Pengungkapan Media (X ₅)	0,773	1,293

Sumber: Data Penelitian, 2022

Nilai VIF dan *tolerance*, dimana menunjukkan bahwa tidak terdapat nilai *tolerance* yang kurang atau sama dengan 0,1 dan nilai VIF yang lebih atau sama dengan 10. Maka tidak ditemukan adanya multikolinearitas.

Tabel 3. Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	Signifikansi
<i>Green Accounting</i> (X ₁)	0,083
Profitabilitas (X ₂)	0,756
<i>Leverage</i> (X ₃)	0,071
Ukuran Dewan Komisaris (X ₄)	0,215
Pengungkapan Media (X ₅)	0,742

Sumber: Data Penelitian, 2022

Nilai signifikansi *green accounting* (X₁) sebesar 0,083, profitabilitas (X₂) sebesar 0,756, *leverage* (X₃) sebesar 0,071, ukuran dewan komisaris sebesar (X₄) 0,215, dan pengungkapan media (X₅) yakni 0,742. Maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi dengan Durbin-Watson (DW)

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
0,8251	0,680	0,633	0,10047	1,963

Sumber: Data Penelitian, 2022

Pada persamaan regresi linier berganda memiliki nilai *Durbin-Watson* (DW) sebesar 1,963. Untuk tingkat signifikansi 5%, nilai *dl* = 1,2305 dan *du* = 1,7859. Dengan demikian $1,7859 < 1,963 < 2,2141$, maka data sudah lolos uji autokorelasi.

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-0,409	0,187		-2,194	0,035
<i>Green Accounting</i>	0,130	0,022	0,661	5,937	0,000
Profitabilitas	-0,002	0,002	-0,110	-1,076	0,290
<i>Leverage</i>	-0,001	0,000	-0,313	-2,517	0,017
Ukuran Dewan Komisaris	0,036	0,028	0,155	1,291	0,205
Pengungkapan Media	0,094	0,036	0,288	2,608	0,013
<i>R Square</i>	0,680				
<i>Adjusted R Square</i>	0,633				
F	14,438				
F. Sig.	0,000				

Sumber: Data Penelitian, 2022

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F terhitung sebesar 14,439 dengan signifikansi F 0,000 yang lebih rendah dari $\alpha = 0,05$, maka model yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan layak. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan hasil dimana memperoleh *adjusted R²* atau koefisien determinasi yang telah disesuaikan sebesar 0,633. Ini berarti sebesar 63,3 persen variasi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dipengaruhi secara signifikan oleh variabel *green accounting* (X_1), profitabilitas (X_2), *leverage* (X_3), ukuran dewan komisaris (X_4), dan pengungkapan media (X_5)

Nilai koefisien regresi X_1 sebesar 0,130 yang bernilai positif dengan signifikansi 0,000. Dari hasil tersebut maka hipotesis pertama diterima, perusahaan yang mengikuti PROPER tentunya semakin banyak mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan ataupun laporan keberlanjutan sebagai bentuk keberhasilan dan kepeduliannya terhadap lingkungan. Hal ini dapat dijadikan dasar untuk memperkuat keberadaan teori legitimasi yaitu bagaimana memasukkan kepentingan publik dalam strategi perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan Novianti (2019), semakin baik kinerja lingkungan perusahaan maka akan semakin banyak pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan

Nilai koefisien regresi X_2 yakni -0,002 yang bernilai negatif dengan tingkat signifikansi 0,290. Dari hasil tersebut maka hipotesis kedua ditolak, sehingga penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Kondisi ekonomi dan sosial di masa pandemi ini terdapat beberapa perusahaan kurang maksimal dalam pengungkapan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) meskipun profitabilitasnya mengalami peningkatan, beberapa perusahaan tersebut lebih berfokus pada laba perusahaan, dan manajemen lebih tertarik dalam pengungkapan informasi keuangan saja dan menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi keuangan seperti *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Kardiyanti & Dwirandra (2020) dan Purbasari dan Candradewi (2019) yang menyatakan bahwa profitabilitas memberikan pengaruh signifikan pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Beberapa aktivitas

Corporate Social Responsibility (CSR) memerlukan pendanaan sehingga profitabilitas dapat digunakan sebagai salah satu sumber pendanaan, namun dalam kondisi demikian manajemen nampaknya akan memanfaatkan profitabilitas perusahaan sebagai daya tarik yang lebih baik dibandingkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Nilai koefisien regresi X_3 sebesar -0,001 yang bernilai negatif dengan signifikansi 0,017, *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), maka hipotesis ketiga ditolak. Hal ini berarti semakin meningkat *leverage* maka pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan semakin menurun. Perusahaan dengan *leverage* tinggi cenderung akan mengurangi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan maupun laporan keberlanjutan agar tidak menjadi sorotan *debtholder*. Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani dan Maresti (2021) yang menjelaskan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Tidak berpengaruhnya *leverage* terhadap tanggung jawab sosial juga karena tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan pemegang saham yang diwujudkan dengan meningkatkan laba perusahaan.

Nilai koefisien regresi X_4 sebesar 0,036 yang bernilai positif dengan signifikansi 0,205 yang artinya lebih dari 0,05. Dari hasil tersebut maka hipotesis keempat ditolak, sehingga penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini berarti bahwa jumlah anggota dewan komisaris tidak terlalu mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), dikarenakan intervensi yang diberikan oleh dewan komisaris pada pihak manajemen atas kinerja sosial perusahaan tidak terlalu terlihat dan lebih menjalankan fungsinya sebagai pengawas kinerja keuangan dari pada sosial.PT. Indo Tambangray Megah Tbk pada tahun 2017 memiliki jumlah anggota dewan komisaris terbanyak yaitu sebanyak 7 orang anggota, namun pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) rendah hanya 0,13. Dan pada tahun 2020 pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) hanya 0,29. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan tidak terlalu berpengaruh terhadap kualitas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan manajemen. Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Mukhzarudfa *et al.* (2019) yang menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Nilai koefisien regresi X_5 sebesar 0,094 yang bernilai positif dengan tingkat signifikansi 0,013 maka hipotesis kelima diterima, pengungkapan media berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini berarti menunjukkan bahwa perusahaan yang mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dalam media website akan mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan tersebut. Dan dapat dilihat bahwa pengkomunikasian kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui pengungkapan media akan meningkatkan reputasi dan citra perusahaan dimata masyarakat. Mukhzarudfa *et al.* (2019) menjelaskan pengungkapan media berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate*

Social Responsibility (CSR). Perusahaan yang mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di *website* akan cenderung mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara lebih luas dalam laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan. Pengungkapan media dapat mendorong perusahaan untuk mengekspos aktivitas sosial dan lingkungan agar membangun *image* yang baik. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori legitimasi berpendapat bahwa perusahaan harus mengungkapkan kegiatan perusahaan dalam rangka pengungkapan tanggung jawab sosial dengan semaksimal mungkin agar perusahaan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat sekitar perusahaan (Zhang & Yang, 2021).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan hasil pembahasan maka dapat ditarik simpulan yakni *green accounting* dan pengungkapan media berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR, profitabilitas dan *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR, ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan hasil analisis penelitian, pembahasan, dan simpulan terdapat beberapa saran yang dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan pertambangan di masa mendatang. *Green accounting* dan pengungkapan media perlu ditingkatkan karena akan memiliki dampak signifikan bagi peningkatan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan pertambangan, karena kedua variabel tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Berdasarkan hasil *adjusted R square*, 63,3 persen pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dipengaruhi oleh variabel independen *green accounting*, profitabilitas, *leverage*, ukuran dewan komisaris, dan pengungkapan media, sisanya sebesar 0,367 atau 36,7 persen dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel independen yang digunakan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel independen lainnya seperti ukuran perusahaan, umur perusahaan, kepemilikan asing, dan lain sebagainya

REFERENSI

- Andreas, H. H., & Chang, M. L. (2021). The effect of consumer proximity and media exposure on corporate social responsibility disclosure. *International Journal of Society Systems Science*, 13(1), 46. <https://doi.org/10.1504/ijsss.2021.115862>
- Ashari, M. H., & Anggoro, Y. (2020). Implementation of Green Accounting in Business Sustainability at Public Hospitals in Malang Raya. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 7(10), 391. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v7i10.2102>
- Budiyono, & Maryam, D. (2017). Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) Through Company Characteristics at Company Listed on LQ45 Indonesia Stock Exchange (IDX). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 2017(2), 21–33.
- Butt, U. (2020). Profits, financial leverage and corporate governance". *International*

- Journal of Managerial Finance*, 16(2), 203–223.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IJMF-03-2019-0091>
- Cahyono, Y. T., & Yuniasih, D. R. (2017). Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Ukuran Dewan Komiasris dan Kepemilikan Institusional Terhadap Pengungkapan Corporate Sosial. *Seminar Nasional Ahmad Dahlan Accounting Fair (SNAF)*, 1(1), 1–20.
- Camilleri, M. (2017). Corporate Sustainability and Responsibility: Creating Value for Business, Society and the Environment. *IOSR Journal of Business and Management*, 9(1), 1–12. <https://doi.org/10.1186/s41180-017-0016-5>
- Chasbiandani, T., Rizal, N., & Indra Satria, I. (2019). Penerapan Green Accounting Terhadap Profitabilitas Perusahaan Di Indonesia. *AFRE (Accounting and Financial Review)*, 2(2), 126–132. <https://doi.org/10.26905/afr.v2i2.3722>
- Chen, M. (2019). Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris Dan Kepemilikan Asing Terhadap Luas Pengungkapan Csr. *EL Muhasaba Jurnal Akuntansi*, 10(2), 141–152. <https://doi.org/10.18860/em.v10i2.6721>
- Dalci, I. (2018). Impact of financial leverage on profitability of listed manufacturing firms in China. *Pacific Accounting Review*, 30(4), 410–432. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/PAR-01-2018-0008>
- 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>
- de Villiers, C., La Torre, M., & Molinari, M. (2022). The Global Reporting Initiative's (GRI) past, present and future: critical reflections and a research agenda on sustainability reporting (standard-setting). *Pacific Accounting Review*, 2(34), 1–30. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/PAR-02-2022-0034>
- Dewi, P. P., & Narayana, I. P. E. (2020). Implementation of Green Accounting, Profitability and Corporate Social Responsibility for Corporate Values. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(12), 3252–3262.
- Endiana, I. D. M., Dicriyani, N. L. G. M., Adiyadnya, M. S. P., & Putra, I. P. M. J. S. (2020). The Effect of Green Accounting on Corporate Sustainability and Financial Performance. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(12), 731–38. doi: <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no12.731>.
- Feng, M., Wang, X., & Kreuze, J. . (2017). Corporate social responsibility and firm financial performance: Comparison analyses across industries and CSR categories. *American Journal of Business*, 32(4), 106–133. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/AJB-05-2016-0015>
- Kalantonis, P., Kallandranis, C., & Sotiropoulos, M. (2021). Leverage and firm performance: new evidence on the role of economic sentiment using accounting information. *Journal of Capital Markets Studies*, 5(1), 96–107. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JCMS-10-2020-0042>
- Kardiyanti, N. K. E., & Dwirandra, A. A. N. . (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Asing pada Pengungkapan CSR. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(1), 1–10. <https://doi.org/10.24843/EJA.2020.v30.i09.p13>
- Mahdiyyah Haisir, M. (2017). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Earning Response Coefficient (Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di

- Jakarta Islamic Index (JII) Tahun 2013-2015*). Undergraduate thesis, UIN Raden Intan Lampung.
- Mardianthi, D. A., & Riduwan, A. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Dewan Komisaris, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7(3), 555-566. <https://doi.org/10.17509/jrak.v7i3.17729>
- Mukhzarudfa, H., Yurdila, J. M., & Wiralestari. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dewan Komisaris, Leverage, dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan yang Go Public dan Listing di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Akuntansi & Keuangan Unja*, 4(4), 11-25. <https://doi.org/https://doi.org/10.22437/jaku.v4i4.8444>
- Novianti, V. (2019). *Pengaruh Penerapan Green Accounting, Kepentingan Saham Publik, Pengungkapan Media Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure (Studi pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017)*. Skripsi(S1) thesis, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas.
- Nugraini, N. A., & Wahyuni, W. (2021). Pengaruh Pengungkapan Media, Kinerja Lingkungan Dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *Jurnal Analisa Akuntansi Dan Perpajakan*, 5(1), 24-34. <https://doi.org/10.25139/jaap.v5i1.3606>
- Purba, I. A. P. L., & Candradewi, M. R. (2019). Pengaruh Leverage, Likuiditas, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(9), 5372.
- Putra, R. S. (2017). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi pada Perusahaan Perkebunan Kelapa Sawit yang Terdaftar di BEI 2013-2015)*. Skripsi thesis, Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Ramadhani, R., & Maresti, D. (2021). Pengaruh Leverage dan Ukuran Dewan Direksi Terhadap Pengungkapan CSR. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 78. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.262>
- Ramananda, D., & Atahau, A. (2019). Corporate social disclosure through social media: an exploratory study. *Journal of Applied Accounting Researc*, 12(1), 1890195. <https://doi.org/10.1108/JAAR-12-2018-0189>
- Samuel, A. O., Zubairu, U., & Abubakar, B. (2020). Evaluating the Corporate Social Responsibility Disclosure of Nigeria's Most Profitable Companies. *TIJAB (The International Journal of Applied Business)*, 4(2), 106. <https://doi.org/10.20473/tjab.v4.i2.2020.106-115>
- Suharyani, R., Ulum, I., & Waluya Jati, A. (2019). Pengaruh Tekanan Stakeholder dan Corporate Governance Terhadap Kualitas Sustanaibility Report. *Jurnal Akademi Akuntansi*, 2(1), 75-90.
- Tampubolon, E. G., & Siregar, D. A. (2019). Pengaruh Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkpaan Tangging Jawab Sosial pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Maneksi*, 8(2), 223-229.
- Yanti, N. L. E. K., Made, E. D., & Asri, P. & I. G. A. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahan, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, Leverage, Dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility.

Ekonomi Bisnis, 3(1), 43-51.

- Zhang, Y., & Yang, F. (2021). Corporate social responsibility disclosure: Responding to investors' criticism on social media. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(14), 1-12. <https://doi.org/10.3390/ijerph18147396>
- Žukauskas, P., Vveinhardt, J., & Andriukaitienė, R. (2017). Corporate Social Responsibility as the Organization's Commitment against Stakeholders. *Management Culture and Corporate Social Responsibility*, 1(1), 10.5772/intechopen.70625.