

**PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN, *MEDIA EXPOSURE*,
DAN *CORPORATE GOVERNANCE* TERHADAP
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY***

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana S1

Program Studi Akuntansi



Disusun Oleh:

NALA RIZKA KAMALIA

NIM. 31402100079

FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG

SEMARANG

2025

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI
PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN, *MEDIA EXPOSURE*, DAN
***CORPORATE GOVERNANCE* TERHADAP PENGUNGKAPAN**
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Disusun Oleh :

Nala Rizka Kamalia

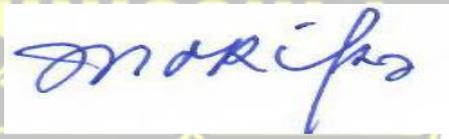
NIM. 31402100079

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat diajukan dihadapan
sidang panitia ujian Skripsi

Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 01 Juni 2025

Pembimbing



Prof. Dr. Hj. Indri Kartika, S.E., M.Si., Akt., CA.

NIK. 211490002

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN, *MEDIA EXPOSURE*, DAN
CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP PENGUNGKAPAN
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY***

Disusun Oleh :

Nala Rizka Kamalia

NIM : 31402100079

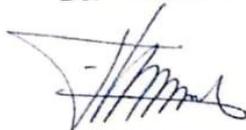
Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi Program S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sultan Agung Semarang Semarang, 01 Juni 2025

Dosen Pembimbing



Prof. Dr. Hj. Indri Kartika, S.E., M.Si., Akt., CA.
NIK. 211490002

Dosen Reviewer



Dr. E. Chrisna Suhendi, MBA., SE., Ak. CA
NIK. 210493034

Ketua Program Studi S1 Akuntansi



Provita Wijayanti, SE., M.Si., Ph.D., Ak., CA., IFP., AWP
NIK. 211403012

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Nama : Nala Rizka Kamalia
NIM : 31402100079
Program Studi : S1 Akuntansi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini, saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kinerja Lingkungan, *Media Exposure*, dan *Corporate Governance* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*”** adalah hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung plagiarisme atau tindakan yang bertentangan dengan etika atau tradisi keilmuan. Pendapat pada hasil karya orang lain yang terdapat dalam penelitian ini dikutip berdasarkan kode etik ilmiah penelitian skripsi. Saya siap menerima sanksi jika kemudian hari ditemukan pelanggaran etika akademik dalam penelitian ini.

Semarang, 05 Juni 2025

Yang membuat pernyataan



Nala Rizka Kamalia
31402100079

PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nala Rizka Kamalia

NIM : 31402100079

Program Studi : S1 Akuntansi

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Universitas : Universitas Islam Sultan Agung

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* dengan judul "**Pengaruh Kinerja Lingkungan, Media Exposure, dan Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility**" dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 05 Juni 2025

Yang membuat pernyataan


Nala Rizka Kamalia
31402100079

*Coret yang tidak perlu

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan” (QS. Al-Insyirah: 5-6).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَالصَّلَاةِ إِنَّ اللَّهَ مَعَ الصَّابِرِينَ

"Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar." (QS. Al-Baqarah: 153).

Persembahan :

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Diri sendiri, terima kasih telah bertahan dan berjuang sampai sejauh ini
2. Orang tua saya, yang senantiasa memberikan doa', dorongan dan dukungan untuk saya dengan pengorbanan yang tiada terkira
3. Seluruh keluarga besar yang senantiasa membantu dalam segala hal
4. Sahabat dan semua teman yang sudah menemani proses sejauh ini dan selalu memberikan semangat
5. Ibu Indri Kartika, yang dengan sabar telah memberikan bimbingan dan arahan selama proses skripsi ini

KATA PENGANTAR

Puji Syukur diucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat, taufiq, hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kinerja Lingkungan, *Media Exposure*, dan *Corporate Governance* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*”**

Laporan skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Program Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung. Selama proses bimbingan skripsi peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr Heru Sulistyono, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Ibu Provita Wijayanti, SE., M.Si., Ph.D., Ak., CA., IFP., AWP selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Ibu Prof. Dr. Hj. Indri Kartika, S.E., M.Si., Ak., CA selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan motivasi dalam penyusunan penelitian ini.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan pengajaran bekal ilmu pengetahuan serta seluruh staf tata dan perpustakaan atas segala bantuan selama proses penyusunan penelitian ini hingga selesai.
5. Ayah dan Ibu peneliti, Haryanto dan Siti Khasanah. Untuk beliau skripsi ini saya persembahkan, Terimakasih atas segala do'a, cinta dan kasih sayang yang begitu besar hingga peneliti sampai pada titik ini. Pengorbanan dan dorongan yang tak terhingga menjadi semangat peneliti.
6. Adik peneliti, Arkan yang menjadi semangat peneliti untuk terus berjuang hingga saat ini.
7. Sahabat tercinta, Riska Milia dan Rosita yang selalu menjadi pendengar dan penyemangat peneliti dalam setiap kesulitan, berkat kalian peneliti dapat bertahan dan berjuang.

8. Seluruh keluarga peneliti yang tidak bisa disebutkan satu-persatu. Terimakasih atas segala dukungan yang telah diberikan hingga peneliti bisa sampai dititik ini.
9. Teman – teman terdekat peneliti dalam berjuang Riska, Ulya, Laili, Anita, Yusi, Azkiya. Terimakasih atas segala bantuan dan dukungan untuk peneliti hingga saat ini.
10. Terakhir skripsi ini peneliti persembahkan untuk diri sendiri, Nala Rizka Kamalia terimakasih karna mampu bertahan dan terus berjuang dari segala kesulitan dan keterbatasan.

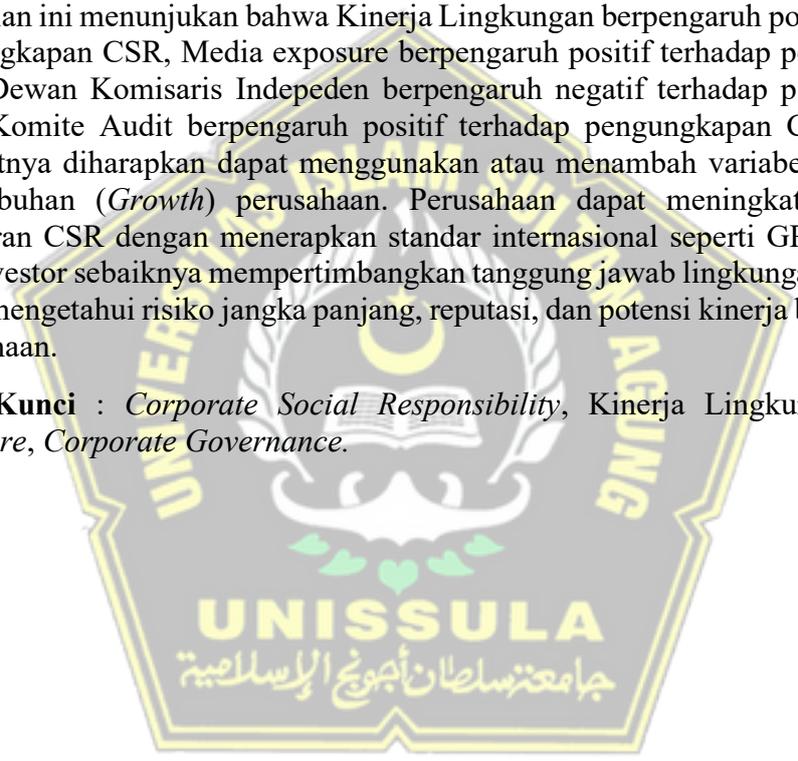
Penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, masih diperlukan saran dan kritik untuk membangun penyusunan yang baik. Semoga skripsi dapat memberikan manfaat bagi pihak yang memerlukan.



ABSTRAK

Corporate Social Responsibility merupakan komitmen atau tanggung jawab perusahaan terhadap dampak lingkungan dan sosial ke dalam aktivitas Perusahaan. Melakukan pengungkapan CSR secara luas akan membangun citra atau reputasi yang positif bagi perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Kinerja Lingkungan, *Media Exposure*, Dewan Komisaris Independen, dan Komite Audit terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur terdaftar di BEI tahun 2021-2023. Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* yang diperoleh 189 sampel. Data penelitian dianalisis menggunakan metode Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kinerja Lingkungan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, Media exposure berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, Dewan Komisaris Independen berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR, Komite Audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan atau menambah variabel lain seperti pertumbuhan (*Growth*) perusahaan. Perusahaan dapat meningkatkan kualitas pelaporan CSR dengan menerapkan standar internasional seperti GRI Standards. Bagi investor sebaiknya mempertimbangkan tanggung jawab lingkungan selain laba untuk mengetahui risiko jangka panjang, reputasi, dan potensi kinerja berkelanjutan perusahaan.

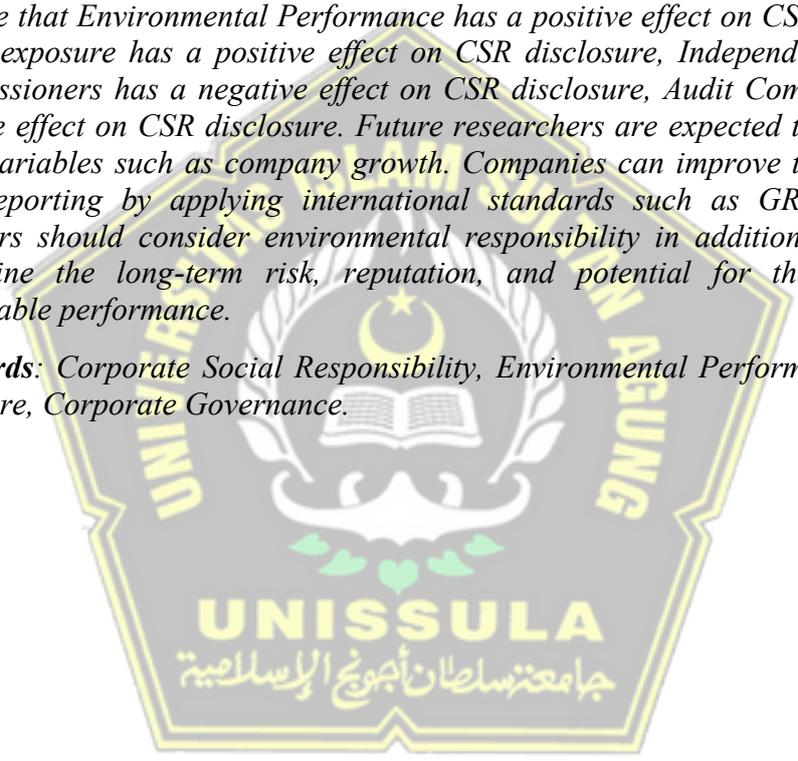
Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility*, Kinerja Lingkungan, *Media Exposure*, *Corporate Governance*.



ABSTRACT

Corporate Social Responsibility is the company's commitment or responsibility to environmental and social impacts into the company's activities. Making extensive CSR disclosures will build a positive image or reputation for the company. This study aims to examine the effect of Environmental Performance, Media Exposure, Independent Board of Commissioners, and Audit Committee on Corporate Social Responsibility Disclosure. The population of this study are manufacturing companies listed on the IDX in 2021-2023. Sampling using purposive sampling method obtained 189 samples. The research data was analyzed using the Multiple Linear Regression Analysis method. The results of this study indicate that Environmental Performance has a positive effect on CSR disclosure, Media exposure has a positive effect on CSR disclosure, Independent Board of Commissioners has a negative effect on CSR disclosure, Audit Committee has a positive effect on CSR disclosure. Future researchers are expected to use or add other variables such as company growth. Companies can improve the quality of CSR reporting by applying international standards such as GRI Standards. Investors should consider environmental responsibility in addition to profit to determine the long-term risk, reputation, and potential for the company's sustainable performance.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Environmental Performance, Media Exposure, Corporate Governance.*



INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Kinerja Lingkungan, *Media Exposure*, Dewan Komisaris Independen, dan Komite Audit terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. CSR merupakan komitmen atau tanggung jawab perusahaan terhadap dampak lingkungan dan sosial ke dalam aktivitas dan interaksinya sesuai dengan kepentingan perusahaan dan kepentingan masyarakat secara luas akibat dampak negatif yang diakibatkan oleh kegiatan operasional perusahaan. *Grand theory* yang digunakan pada penelitian ini adalah teori legitimasi. Penelitian ini memiliki hipotesis yang terdiri dari: 1) Kinerja Lingkungan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR; 2) *Media exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR; 3) Dewan Komisaris Independen berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR; 4) Komite Audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Populasi pada penelitian ini merupakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di (BEI) pada tahun 2021 hingga 2023. Dalam penelitian ini, sampel ditentukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* dan diperoleh 189 sampel. Teknik pengujian pada penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS 26. Berdasarkan pengajuan hipotesis pada penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa Kinerja Lingkungan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, *Media exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, Dewan Komisaris Independen berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR, Komite Audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian ini memiliki keterbatasan antara lain nilai Adjusted R^2 menunjukkan variabel independen yakni Kinerja Lingkungan, *Media Exposure*, Dewan Komisaris Independen, dan Komite Audit, hanya memengaruhi 44,4 % terhadap pengungkapan CSR, pengukuran CSR berdasarkan scoring terhadap data kualitatif dalam laporan tahunan perusahaan dapat bersifat subjektif dari perspektif peneliti serta pengukuran *media exposure* dilakukan dengan menghitung jumlah

berita perusahaan di Google, tanpa membedakan sentimen atau mengukur dampak langsungnya terhadap publik.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan atau menambah variabel lain seperti pertumbuhan (*Growth*) perusahaan, bagi perusahaan dapat meningkatkan kualitas pelaporan CSR dengan menerapkan standar internasional seperti GRI Standards. Bagi investor sebaiknya mempertimbangkan tanggung jawab lingkungan selain laba, karena hal ini dapat menjadi indikator risiko jangka panjang, reputasi, dan potensi kinerja berkelanjutan perusahaan.

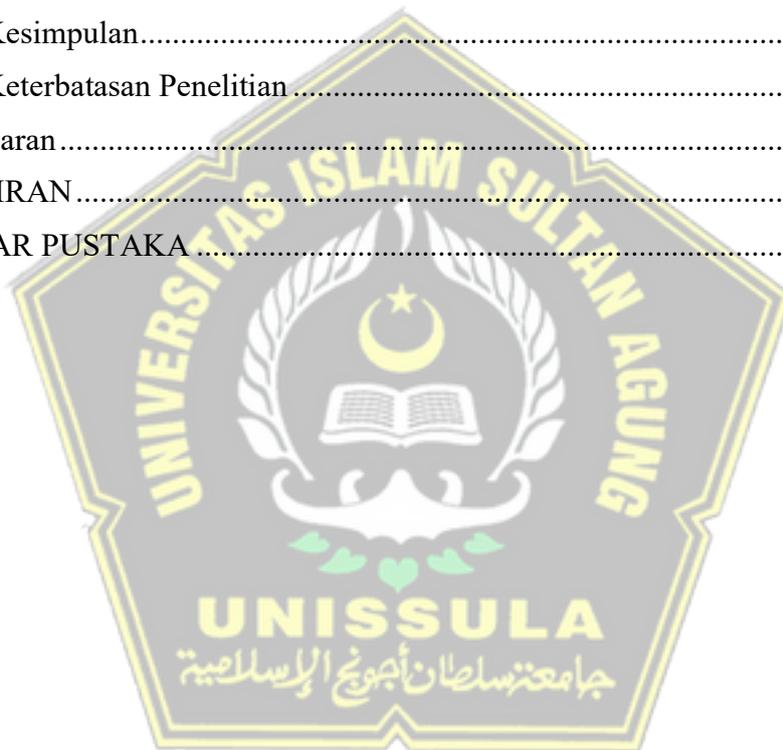


DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
INTISARI.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Kajian Teori	10
2.1.1 Teori Legitimasi.....	10
2.1.2 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	12
2.1.3 Kinerja Lingkungan	13
2.1.4 <i>Media Exposure</i>	15
2.1.5 <i>Good Corporate Governance</i>	16
2.2 Penelitian Terdahulu	20

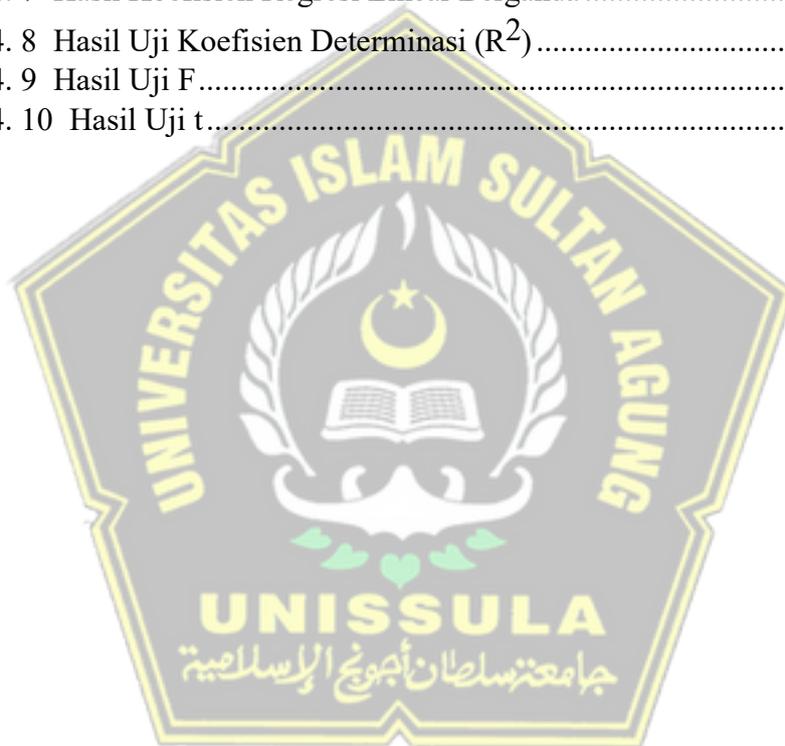
2.3	Pengembangan Hipotesis	25
2.3.1	Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	25
2.3.2	Pengaruh <i>Media Exposure</i> Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	26
2.3.3	Pengaruh Komisaris Independen Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	27
2.3.4	Pengaruh Komite Audit Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	28
2.4	Kerangka Konseptual	29
BAB III METODE PENELITIAN.....		32
3.1	Jenis Penelitian.....	32
3.2	Populasi dan Sampel	32
3.2.1	Populasi.....	32
3.2.2	Sampel.....	32
3.3	Jenis dan Sumber Data	33
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	33
3.5	Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel	34
3.5.1	Variabel Dependen (Y)	34
3.5.2	Variabel Independen (X).....	35
3.6	Teknik Analisis Data.....	41
3.6.1	Uji Statistik Deskriptif	41
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	41
3.6.3	Model Regresi Linear Berganda	43
3.6.4	Uji Goodness of Fit Model.....	44
3.6.5	Uji Hipotesis (Uji t).....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		46
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
4.2	Uji Statistik Deskriptif.....	46
4.3	Analisis Data	50
4.3.1	Hasil Uji Asumsi Klasik	50
4.3.2	Analisis Regresi Linear Berganda	53
4.3.3	Hasil Uji <i>Goodness of Fit Model</i>	55
4.3.4	Hasil Uji Hipotesis.....	57

4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	59
4.4.1	Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	59
4.4.2	Pengaruh Media Exposure terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility	60
4.4.3	Pengaruh Dewan Komisaris Independen terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	61
4.4.4	Pengaruh Komite Audit terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	62
BAB V PENUTUP.....		64
5.1	Kesimpulan.....	64
5.2	Keterbatasan Penelitian	65
5.3	Saran.....	65
LAMPIRAN.....		67
DAFTAR PUSTAKA		46



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	36
Tabel 4. 1 Kriteria Pengambilan Sampel.....	46
Tabel 4. 2 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	47
Tabel 4. 3 Hasil Uji	50
Tabel 4. 4 Hasil Uji Multikolinearitas.....	51
Tabel 4. 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	52
Tabel 4. 6 Hasil Uji Autokorelasi	52
Tabel 4. 7 Hasil Koefisien Regresi Linear Berganda	53
Tabel 4. 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	55
Tabel 4. 9 Hasil Uji F.....	56
Tabel 4. 10 Hasil Uji t.....	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik CSRD perusahaan sektor manufaktur 2021-2023	3
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	30



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Indikator Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Menurut GRI Standards	67
Lampiran 2 Daftar Tabulasi Data.....	74
Lampiran 3 Hasil Output SPSS.....	79
Lampiran 4 Tabel Persentase Distribusi t	83



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

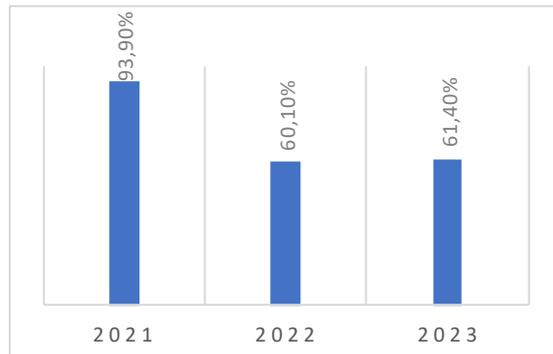
Dalam lanskap bisnis yang dinamis saat ini, perusahaan modern semakin diharapkan untuk menyelaraskan perolehan laba dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Seiring dengan berkembangnya organisasi dan melonjaknya laba, tantangan seperti polusi, penipisan sumber daya, dan ketidakseimbangan ekologi cenderung meningkat, sehingga meningkatkan kesadaran dan perhatian publik. Para pemangku kepentingan mulai dari konsumen hingga investor menuntut transparansi dan akuntabilitas yang lebih besar, yang mendorong perusahaan untuk menerapkan inisiatif Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) yang komprehensif. Upaya ini tidak hanya menumbuhkan kepercayaan dan loyalitas, tetapi juga mendorong penerapan praktik berkelanjutan yang mengurangi dampak lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan sosial. Pada akhirnya, mengintegrasikan tanggung jawab dengan profitabilitas sangat penting untuk keberhasilan jangka panjang dan kemajuan masyarakat (Sukasih & Sugiyanto, 2017).

Pengungkapan CSR memperlihatkan komitmen organisasi terhadap praktik etis yang mendukung pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan karyawan, dan mendorong pembangunan masyarakat berkelanjutan untuk masa depan yang lebih cerah (Lara, 2022). Lanskap CSR di Indonesia dibentuk oleh serangkaian undang-undang dan regulasi yang dirancang untuk mendorong praktik bisnis yang berkelanjutan dan etis. Kerangka hukum yang menjadi landasannya meliputi Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) dan Regulasi Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Regulasi ini menjadi dasar akuntabilitas perusahaan dalam masalah sosial dan lingkungan di seluruh negeri. Secara khusus, Pasal 74 UU PT membahas kewajiban CSR bagi perusahaan yang beroperasi di sektor sumber daya alam, yang menyoroti pentingnya pengelolaan sumber daya yang bertanggung jawab dan keterlibatan masyarakat dalam industri seperti

pertambangan, kehutanan, serta minyak dan gas. Namun, dalam praktiknya, cakupan CSR jauh melampaui sektor ini, mencakup berbagai industri termasuk manufaktur, jasa, dan teknologi. Perspektif yang lebih luas ini mencerminkan semakin diakuinya bahwasanya semua perusahaan, terlepas dari sektornya, memiliki peran dalam mendorong pembangunan berkelanjutan. Regulasi Pemerintah 47/2012 lebih jauh menegaskan kewajiban ini dengan mengamanatkan bahwasanya semua perusahaan, sebagai badan hukum, mengadopsi kebijakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Penekanannya ialah pada pemeliharaan hubungan yang harmonis dengan masyarakat setempat dan menjaga integritas lingkungan, semuanya dalam konteks norma budaya Indonesia yang beragam. Pada akhirnya, kerangka hukum ini bermaksud untuk memastikan bahwasanya pertumbuhan perusahaan selaras dengan kesejahteraan masyarakat dan keberlanjutan lingkungan, serta mendorong lingkungan bisnis yang berakar pada tanggung jawab dan rasa hormat terhadap warisan budaya Indonesia yang kaya.

Analisis mendalam terhadap perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2021 hingga 2023 mengungkap tren yang mengkhawatirkan: banyak perusahaan cenderung mengabaikan *Corporate social responsibility*. Kelalaian ini, yang tercermin dalam pengungkapan CSR yang terbatas, bisa merusak reputasi perusahaan secara signifikan, mengikis kepercayaan di antara konsumen dan pemangku kepentingan. Sebaliknya, perusahaan yang mengutamakan transparansi dengan meningkatkan pengungkapan CSR cenderung menikmati peningkatan kepercayaan publik dan hubungan investor yang lebih kuat. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya mengadopsi praktik CSR yang transparan, tidak hanya untuk memenuhi komitmen etis tetapi juga untuk mendukung keberhasilan dan keberlanjutan bisnis jangka panjang.

Data pada Gambar 1.1 berikut memperlihatkan Tingkat pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021-2023



Sumber : www.idx.co.id (data diolah) 2024

Gambar 1. 1

Grafik CSRD perusahaan sektor manufaktur 2021-2023

Data di atas memberikan gambaran bahwasanya pengungkapan CSR pada tahun 2021–2023 mengalami fluktuasi. Pada tahun 2021, tingkat pengungkapan CSR senilai 93,9%, kemudian mengalami penurunan signifikan menjadi 60,1% pada tahun 2022. Pada tahun 2023, pengungkapan mengalami sedikit peningkatan menjadi 61,4%. Keadaan ini memperlihatkan bahwasanya pengungkapan CSR di perusahaan sektor manufaktur masih fluktuatif atau tidak stabil setiap tahunnya. Wicaksono (2019) menyatakan jika melaksanakan pengungkapan CSR secara luas akan membangun citra atau reputasi yang positif bagi perusahaan. Keadaan ini disebabkan oleh kesan baik yang muncul ketika perusahaan memperhatikan aspek lingkungan dan sosial melalui pengungkapan CSR.

Kinerja lingkungan memainkan peran penting dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, yang memperlihatkan komitmen perusahaan terhadap praktik berkelanjutan, pengelolaan sumber daya yang efektif, dan dedikasinya untuk mengurangi dampak ekologis demi masa depan yang lebih hijau dan berkelanjutan (Handayati, 2017). Pengungkapan sosial perusahaan berperan penting dalam membangun kepercayaan publik dengan secara transparan menyoroti komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab lingkungan. Ketika

organisasi secara terbuka berbagi upaya keberlanjutan mereka, masyarakat cenderung akan merespons secara positif, membina hubungan yang lebih kuat, dan mendorong dukungan berkelanjutan untuk praktik bisnis yang berkelanjutan dan etis yang menguntungkan semua pihak yang terlibat. (Handayati, 2017).

Temuan hasil yang dilaksanakan oleh Handayati (2017) dan Sarra & Alamsyah (2021) menerangkan hasil bahwasanya Kinerja Lingkungan memiliki dampak positif pada pengungkapan CSR. Berbeda dengan hasil penelitian oleh Sukasih & Sugiyanto (2017) bahwasanya Kinerja lingkungan yang diukur dengan peringkat PROPER tidak berdampak signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Media exposure ialah faktor penting dalam pengungkapan CSR. *Media exposure* yakni seberapa besar tingkat sorotan yang diterima oleh suatu perusahaan oleh sebuah media. Publikasi mengenai perusahaan oleh media memainkan peran penting dalam membentuk citra perusahaan (Pangestika & Widiastuti, 2017). *Media exposure* memiliki dampak positif terhadap pengungkapan CSR, keadaan ini menandakan bahwasanya kekuatan berita dalam media massa bisa berperan penting dalam mendorong perusahaan untuk mengungkapkan isu-isu CSR secara lebih luas. Informasi yang dipublikasikan oleh media bisa diakses dengan mudah melalui perangkat digital, termasuk televisi. Sebagai dampaknya, media bisa memberikan tekanan agar perusahaan lebih transparan dalam pengungkapan CSR (Ramadhini et al., 2020).

Studi yang dilaksanakan oleh Ramadhini et al. (2020) dan Tiono et al. (2022) menerangkan bahwasanya *media exposure* memberikan pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berbeda dengan temuan dari Sarra & Alamsyah (2021) bahwasanya *media exposure* tidak berdampak terhadap pengungkapan CSR.

Keberadaan komisaris independen lebih dari sekedar formalitas dan ialah kunci utama penerapan praktik GCG yang baik. Untuk memastikan bahwasanya suatu perusahaan beroperasi secara etis dan bertanggung jawab maka perlu adanya komisaris independen untuk menyeimbangkan kepentingan pemegang saham, manajemen, dan pihak terkait lainnya. Rahman & Cheisviyanny (2020) Penambahan lebih banyak komisaris independen membawa perspektif baru dan

mendalam bagi dewan perusahaan, yang mendorong manajemen untuk meningkatkan transparansi mereka. Sikap objektif mereka bertindak sebagai katalisator bagi pengungkapan yang lebih komprehensif, yang memastikan bahwasanya upaya tanggung jawab sosial perusahaan dikomunikasikan dengan jelas dan bisa dipercaya. Peningkatan pengawasan ini tidak hanya memperkuat kepercayaan pemangku kepentingan tetapi juga menumbuhkan budaya akuntabilitas dan keterbukaan, yang pada akhirnya mendorong lingkungan perusahaan yang lebih bertanggung jawab secara sosial dan transparan.

Temuan hasil studi yang dilaksanakan oleh Trisnadewi (2018) dan Damayanty et al. (2021) menyatakan bahwasanya komisaris independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap luas pengungkapan CSR. Berbeda dengan temuan hasil oleh Handayati (2017) mengungkapkan bahwasanya Komisaris Independen tidak mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Dengan cara yang cerdas dan strategis, komite audit berperan sebagai penjaga integritas perusahaan yang penting, dengan tekun mengawasi pelaporan keuangan, manajemen risiko, dan pengendalian internal. Keterlibatan proaktif mereka memastikan pengungkapan CSR yang transparan, menumbuhkan kepercayaan dan akuntabilitas yang sejalan dengan praktik bisnis berkelanjutan dan harapan pemangku kepentingan (Pertiwi & Husaini, 2021). Komite audit memainkan peran penting dalam meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial dalam organisasi. Dengan secara tekun memastikan kepatuhan terhadap persyaratan hukum dan menegakkan praktik bisnis yang etis, komite audit menumbuhkan budaya transparansi. Pengawasan proaktif ini tidak hanya membangun kepercayaan pemangku kepentingan tetapi juga mendorong perusahaan untuk memperluas upaya tanggung jawab sosial perusahaan mereka, yang memperlihatkan komitmen sejati terhadap perilaku yang etis dan bertanggung jawab secara sosial di semua operasi (Leksono & Butar, 2018).

Studi yang dilaksanakan oleh Dewi et al. (2021), Handayati (2017), dan Trisnadewi, (2018) mengungkapkan bahwasanya komite audit memiliki dampak yang positif terhadap pengungkapan CSR. Berbeda dengan studi yang dilaksanakan

oleh Sukasih & Sugiyanto (2017) dimana Komite audit dalam perusahaan tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Adanya fenomena fluktuasi pengungkapan CSR dan perbedaan hasil penelitian dari penelitian terdahulu mendorong dilaksanakan kembali penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh Kinerja Lingkungan, *Media Exposure*, Komisaris Independen, dan Komite Audit pada pengungkapan CSR. Acuan studi ini berlandaskan studi yang dilaksanakan oleh Handayati (2017). Adapun perbedaan dalam studi ini dibandingkan studi yang dilakukan oleh Handayati (2017) yakni; **perbedaan pertama**, studi ini menambahkan variabel *Media Exposure* yang mengacu kepada studi yang dilaksanakan oleh Ramadhini et al., (2020), *media exposure* ditambahkan kedalam studi ini karena *media exposure* memberikan pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, keadaan ini disebabkan segala informasi yang disebarluaskan media bisa dengan mudah di akses melalui perangkat digital. Akibatnya, media bisa menyebabkan tekanan untuk pengungkapan CSR yang lebih luas (Ramadhini et al., 2020). **Perbedaan kedua** terletak pada pengukuran CSR, dimana dalam studi ini memakai GRI Standars yang memiliki 148 item, sedangkan penelitian sebelumnya memakai GRI G4 yang memiliki 91 item. **GRI Standards** menawarkan struktur yang lebih modular, pendekatan materialitas yang lebih terperinci, dan panduan yang lebih komprehensif dibandingkan dengan **GRI G4**. Penerapan GRI Standards bisa membantu perusahaan dalam menyusun laporan CSR yang lebih akurat, transparan, dan relevan, serta meningkatkan keterhubungan laporan dengan standar internasional dan kebutuhan pemangku kepentingan. **Perbedaan ketiga** terletak pada tahun objek penelitian, pada studi ini perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di BEI dipilih sebagai objek dalam studi ini dikarenakan perusahaan tersebut memiliki dampak lingkungan yang signifikan terkait dengan proses produksi dan pengungkapan CSR-nya berfluktuasi selama tahun 2021-2023.

1.2 Rumusan Masalah

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ialah suatu proses di mana perusahaan mengomunikasikan aktivitas, kebijakan, dan hasil terkait

tanggung jawab sosial dan lingkungannya kepada pemangku kepentingan. Dengan adanya pengungkapan CSR bisa meningkatkan transparansi, membangun kepercayaan, dan memperlihatkan komitmen perusahaan terhadap praktik bisnis yang bertanggung jawab dalam mendukung pembangunan berkelanjutan, kesejahteraan sosial, dan pelestarian lingkungan. Hasil temuan studi yang berbeda-beda dari peneliti terdahulu mengenai Pengungkapan CSR yang dipengaruhi Kinerja Lingkungan, *Media exposure*, Komisaris Independen, dan Komite Audit serta berlandaskan pada uraian latar belakang penulisan, maka rumusan masalah dalam studi ini yakni bagaimana pengaruh Kinerja Lingkungan, *Media Exposure*, Komisaris Independen, dan Komite Audit terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berlandaskan pada uraian rumusan masalah diatas, maka pertanyaan studi ini yakni:

1. Apakah kinerja lingkungan berdampak positif terhadap pengungkapan CSR?
2. Apakah *media exposure* berdampak positif terhadap pengungkapan CSR?
3. Apakah komisaris Independen berdampak positif terhadap pengungkapan CSR?
4. Apakah komite audit berdampak positif terhadap pengungkapan CSR?

1.4 Tujuan Penelitian

Berlandaskan pertanyaan penelitian diatas, maka tujuan studi ini yakni:

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh kinerja lingkungan terhadap pengungkapan CSR.
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh *media exposure* terhadap pengungkapan CSR.
3. Untuk menguji secara empiris pengaruh komisaris independen terhadap pengungkapan CSR.
4. Untuk menguji secara empiris pengaruh komite audit terhadap pengungkapan CSR.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Studi ini menawarkan wawasan empiris yang berharga mengenai dinamika rumit yang membentuk pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR). Studi ini menyoroti bagaimana Kinerja Lingkungan, Media exposure, Komisaris Independen, dan Komite Audit masing-masing memainkan peran penting dalam memengaruhi transparansi dan kelengkapan pelaporan CSR dalam organisasi.

2. Manfaat bagi Praktisi

Hasil penelitian bisa menjadi dasar perusahaan dalam pengambilan keputusan strategis terkait implementasi program CSR. Perusahaan bisa mengalokasikan sumber daya yang lebih efisien dan efektif untuk kegiatan CSR yang memberikan dampak paling besar serta, dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR, perusahaan bisa menyusun strategi komunikasi yang lebih efektif untuk meningkatkan reputasi perusahaan di mata publik.

Selain bermanfaat bagi perusahaan, hasil studi ini juga menguntungkan investor. Dengan pemahaman lebih mendalam tentang CSR, investor bisa membuat keputusan investasi yang lebih baik, menilai komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial, dan mengurangi risiko. Perusahaan dengan strategi CSR yang kuat dan transparan cenderung memiliki reputasi pasar yang baik, meningkatkan nilai saham, dan memberikan imbal hasil yang lebih tinggi bagi investor.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Teori Legitimasi

Teori legitimasi dikemukakan pertama kali oleh Dowling & Pfeffer (1975) Teori ini menekankan interaksi dinamis antara perusahaan dan masyarakat, menyoroti peran penting masyarakat dalam membentuk praktik perusahaan, mendorong inovasi yang bertanggung jawab, dan memastikan pembangunan berkelanjutan dalam hubungan yang saling menguntungkan. Suatu perusahaan wajib mematuhi ketentuan dan kebijakan yang berlaku karena jika perusahaan tidak mematuhi ketentuan tersebut maka legitimasi perusahaan bisa ditolak oleh masyarakat dan membuat hubungan yang terjalin dalam lingkungan sosial perusahaan dan masyarakat akan melemah (Puspitaningrum & Indriani, 2021).

Berlandaskan Deegan (2002), Teori legitimasi menekankan kontrak sosial yang penting antara organisasi dan lingkungannya, yang menyoroti pentingnya menyelaraskan tindakan perusahaan dengan harapan masyarakat. Dalam dunia yang saling terhubung saat ini, transparansi melalui pengungkapan yang komprehensif atas inisiatif CSR memainkan peran penting dalam membangun dan menjaga kepercayaan publik. Dengan secara terbuka berbagi upaya yang terkait dengan keberlanjutan lingkungan, praktik etis, dan keterlibatan masyarakat, perusahaan memperlihatkan komitmen tulus mereka terhadap kesejahteraan masyarakat. Transparansi semacam itu tidak hanya meningkatkan reputasi perusahaan tetapi juga memastikan tindakannya dianggap sah dan bisa dipercaya oleh para pemangku kepentingan. Ketika organisasi beroperasi selaras dengan norma dan nilai masyarakat, mereka membina hubungan masyarakat yang positif, yang pada gilirannya mendukung keberhasilan dan keberlanjutan jangka panjang. Pada akhirnya, mematuhi harapan masyarakat memperkuat legitimasi perusahaan, yang berfungsi sebagai landasan untuk pertumbuhan yang langgeng dan dampak sosial yang positif (Handayati, 2017).

Kinerja lingkungan ialah aspek penting dari tanggung jawab sosial perusahaan, yang mencerminkan komitmen perusahaan terhadap praktik berkelanjutan dan pengelolaan yang etis. Berakar pada kontrak sosial antara bisnis dan masyarakat, keadaan ini menekankan transparansi dan akuntabilitas, memastikan bahwasanya perusahaan secara terbuka berbagi upaya lingkungan mereka. Dengan melaksanakan hal tersebut, organisasi menumbuhkan kepercayaan publik, yang memungkinkan masyarakat untuk lebih memahami tanggung jawab lingkungan mereka dan kontribusi positif yang mereka berikan terhadap planet yang lebih sehat (Garhadi et al., 2018). Dalam pendekatan cerdas dan berwawasan ke depan, jelas bahwasanya kinerja lingkungan perusahaan secara signifikan membentuk pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Organisasi yang memperlihatkan dampak lingkungan yang positif sering kali memprioritaskan transparansi, dengan membagikan detail yang luas tentang inisiatif sosial mereka. Penyelarasan ini menyoroti komitmen mereka terhadap keberlanjutan dan praktik etis, yang menumbuhkan kepercayaan yang lebih besar dengan para pemangku kepentingan (Sarra & Alamsyah, 2021).

Media exposure secara cerdas meningkatkan legitimasi suatu perusahaan dengan secara efektif memberi informasi kepada publik tentang inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan yang positif, sehingga menumbuhkan kepercayaan, kredibilitas, dan reputasi yang lebih kuat dan lebih baik di mata para pemangku kepentingan (Kurnia, 2018). Dalam dunia yang saling terhubung saat ini, perusahaan harus memperoleh persetujuan masyarakat melalui upaya CSR yang tulus dan transparan; komunikasi yang terbuka membangun kepercayaan dan legitimasi, meletakkan dasar bagi operasi yang berkelanjutan dan berdampak yang menguntungkan baik bisnis maupun masyarakat.

Dalam pendekatan yang cerdas dan inovatif, *Corporate Governance* berfungsi sebagai tulang punggung pengelolaan dan pengawasan bisnis yang bertanggung jawab. Bila dijalankan secara efektif, tata kelola perusahaan tidak hanya menjamin transparansi dan akuntabilitas, tetapi juga menginspirasi perusahaan untuk terlibat aktif dalam tanggung jawab sosial perusahaan. Melalui

inisiatif ini, organisasi secara nyata memperlihatkan komitmen mereka terhadap praktik etis dan pembangunan berkelanjutan, yang mencerminkan tata kelola yang kuat dalam tindakan (Breliastiti et al., 2020). Penerapan prinsip tata kelola perusahaan yang baik akan meningkatkan legitimasi perusahaan dengan mendorong transparansi, akuntabilitas, dan praktik berkelanjutan yang lebih baik dalam inisiatif CSR. Komitmen ini membangun kepercayaan dan kredibilitas dengan masyarakat, memperlihatkan kepemimpinan yang bertanggung jawab dan dedikasi sejati terhadap kesejahteraan masyarakat dan lingkungan dalam jangka panjang.

2.1.2 Corporate Social Responsibility (CSR)

Darwin (2004) Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) ialah pendekatan sukarela dan inovatif yang diadopsi oleh organisasi untuk mengatasi tantangan lingkungan dan sosial di luar yang diamanatkan oleh undang-undang. Dengan terlibat secara aktif dalam praktik berkelanjutan dan inisiatif komunitas, perusahaan berupaya untuk menumbuhkan kepercayaan dan hubungan positif dengan para pemangku kepentingan. Pada akhirnya, CSR bermaksud untuk menciptakan keseimbangan yang harmonis antara mencapai pertumbuhan yang menguntungkan dan membuat dampak sosial yang bermakna dan berkelanjutan (Santo & Rahayuningsih, 2022). Berlandaskan Lara (2022) CSR ialah perwujudan praktik etis yang ditujukan untuk tidak hanya meningkatkan pertumbuhan ekonomi tetapi juga meningkatkan kesejahteraan karyawan dan membina pembangunan masyarakat yang berkelanjutan demi masa depan yang lebih baik.

Berlandaskan definisi CSR yang sudah diuraikan oleh para penulis maka CSR bisa diartikan sebagai komitmen atau tanggung jawab perusahaan terhadap dampak lingkungan dan sosial ke dalam aktivitas dan interaksinya sesuai dengan kepentingan perusahaan dan kepentingan masyarakat secara luas akibat dampak negatif yang diakibatkan oleh kegiatan operasional perusahaan. Wicaksono (2019) menyatakan jika melaksanakan pengungkapan CSR secara luas akan membangun citra atau reputasi yang positif bagi perusahaan. Keadaan ini disebabkan oleh kesan

baik yang muncul ketika perusahaan memperhatikan aspek lingkungan dan sosial melalui pengungkapan CSR

Pengukuran CSR bisa dilaksanakan dengan memakai *Corporate Social Responsibility* (CSRDI) yang mengacu dari GRI Standards dalam *Global Sustainability Standards Board* (2016,2018, 2019) yang meliputi: 1) Standar umum yang terdiri dari GRI-102 *General Disclosure* dan GRI-103 *Management Approach*; 2) Standar Spesifik yang terdiri dari GRI-200 *Economy*, GRI-400 *Social* dengan total 148 item. Untuk penghitungan pengungkapan CSR memakai variabel dummy yakni jika perusahaan mengungkapkan CSR maka nilainya 1, jika perusahaan tidak mengungkapkan maka nilainya 0. Rumus perhitungan CSR berlandaskan Aurora L et al (2021) yakni:

$$CSRI_j = \frac{\sum x_{ij}}{N_j}$$

Keterangan:

CSRI_j : Indeks Corporate Social Responsibility perusahaan j

X_{ij} : Jumlah item yang diungkapkan

N_j : Jumlah item CSR perusahaan j = 148

2.1.3 Kinerja Lingkungan

Berlandaskan Handayati (2017) Kinerja lingkungan mewujudkan pendekatan berwawasan ke depan yang menyelaraskan praktik berkelanjutan dengan nilai-nilai perusahaan. Dengan menyeimbangkan upaya manusia dan pengelolaan sumber daya secara cermat, organisasi bisa meningkatkan reputasi mereka, memperlihatkan kepedulian lingkungan yang tulus, dan menyelaraskan tindakan mereka dengan legitimasi masyarakat, menumbuhkan kepercayaan dan tanggung jawab jangka panjang dalam lanskap ekologi yang terus berkembang (Supadi & Sudana, 2018). Berlandaskan Habib Siregar et al., (2022) Kinerja lingkungan ialah contoh komitmen perusahaan terhadap inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan yang berpusat pada pemangku kepentingan yang mendorong keberlanjutan dan praktik etis.

Berlandaskan teori-teori yang diuraikan di atas, bisa disimpulkan bahwasanya kinerja lingkungan ialah upaya strategis organisasi untuk mempromosikan keberlanjutan lingkungan, sehingga meningkatkan reputasi perusahaan dan memperlihatkan komitmen terhadap pengelolaan ekologi. Kinerja lingkungan berfungsi sebagai indikator seberapa efektif perusahaan mengelola dan memprioritaskan masalah lingkungan. Ketika sumber daya alam dan sistem ekologi di sekitarnya dilestarikan dan dikelola secara bertanggung jawab, kinerja lingkungan perusahaan bisa dianggap sebagai contoh.

Kondisi lingkungan semakin memburuk setiap harinya. Lahan hijau menghilang dan polusi meningkat. Salah satu penyebab kerusakan lingkungan hidup ialah limbah yang dihasilkan oleh kegiatan produksi perusahaan dan eksploitasi sumber daya yang dilaksanakan oleh perusahaan. Di Indonesia, masih banyak kasus pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh buruknya tanggung jawab sosial dan lingkungan serta kurangnya pengungkapan lingkungan hidup dalam laporan tahunan perusahaan, menyebabkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan semakin berkurang. Maknanya, perusahaan harus segera mengatasi dampak lingkungan dan sosial dari aktivitasnya (Yusri, 2020).

Kinerja lingkungan dievaluasi secara kritis melalui Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan (PROPER) yang inovatif, yang diprakarsai oleh Kementerian Lingkungan Hidup. Inisiatif cerdas ini bermaksud untuk mendorong perusahaan merestrukturisasi operasinya secara bertanggung jawab dan memastikan kepatuhan yang ketat terhadap undang-undang lingkungan. PROPER menilai organisasi berlandaskan kepatuhan mereka terhadap praktik berkelanjutan, pengendalian polusi, pengelolaan sumber daya, dan pengelolaan lingkungan secara keseluruhan. Dengan memberi insentif pada praktik yang baik dan menyoroti area yang perlu ditingkatkan, program ini menumbuhkan budaya akuntabilitas lingkungan dan mendorong upaya perusahaan menuju masa depan yang lebih hijau dan berkelanjutan.

PROPER diukur dengan memakai indikator warna yakni :

- a. Warna Emas dengan skor 5 ialah skor tertinggi dengan arti sangat baik sekali.

- b. Warna Hijau dengan skor 4 yang mempunyai arti sangat baik
- c. Warna Biru dengan skor 3 yang mempunyai arti baik.
- d. Warna Merah dengan skor 2 mempunyai arti buruk.
- e. Warna Hitam dengan skor 1 yang mempunyai arti buruk sekali.

Dengan pendekatan yang ramping dan modern, setiap peringkat warna dari 1 hingga 5 memberikan evaluasi menyeluruh atas upaya lingkungan perusahaan. Sistem peringkat ini dengan cermat menilai kepatuhan terhadap standar polusi air dan udara, praktik pengelolaan limbah, analisis dampak lingkungan, efektivitas Sistem Manajemen Lingkungan (EMS), dan inisiatif konservasi sumber daya. Bersama-sama, elemen-elemen ini menawarkan gambaran yang jelas dan mendalam tentang komitmen keberlanjutan perusahaan.

2.1.4 Media Exposure

Berlandaskan Sarra & Alamsyah (2021) Media memiliki pengaruh yang kuat terhadap opini publik, membentuk persepsi melalui narasinya yang dinamis. Dengan menyampaikan informasi terkini tentang peristiwa terkini dan menyoroti inisiatif perusahaan, media bisa memberikan pandangan positif terhadap upaya sosial dan lingkungan, serta menumbuhkan kesadaran dan keterlibatan. Sebaliknya, media juga bisa memperkuat aspek negatif, yang mengarah pada skeptisisme atau kritik. Melalui liputan yang komprehensif dan paparan yang teratur, media membentuk sikap masyarakat dan membentuk pemahaman kolektif tentang isu-isu yang mendesak (Widiastuti, 2018). *Media exposure* memperlihatkan tekanan kolektif atau apresiasi masyarakat terhadap individu, ide, atau fenomena budaya yang membentuk persepsi. Pangestika & Widiastuti (2017) mendefinisikan *Media exposure* dengan seberapa besar tingkat sorotan yang diterima oleh suatu perusahaan oleh sebuah media. Publikasi mengenai Perusahaan oleh media memainkan peran penting dalam membentuk citra Perusahaan.

Berlandaskan definisi yang diberikan oleh para penulis, *Media exposure* bisa dipahami sebagai sejauh mana suatu perusahaan memperoleh perhatian dari media. Keadaan ini mencakup liputan kegiatan perusahaan, khususnya yang memiliki implikasi sosial dan lingkungan, yang disebarluaskan melalui berbagai

media. *Media exposure* berfungsi sebagai indikator pengawasan atau pujian publik, yang memberikan pengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan. Liputan media yang positif cenderung meningkatkan citra perusahaan, sedangkan liputan yang tidak positif bisa mencorengnya.

Ramadhini et al. (2020) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwasanya *Media exposure* memiliki dampak positif terhadap pengungkapan CSR, keadaan ini menandakan bahwasanya kekuatan berita dalam media massa bisa berperan penting dalam mendorong perusahaan untuk mengungkapkan isu-isu CSR secara lebih luas. Informasi yang dipublikasikan oleh media bisa diakses dengan mudah melalui perangkat digital, termasuk televisi. Sebagai dampaknya, media bisa memberikan tekanan agar perusahaan lebih transparan dalam pengungkapan CSR.

Pengukuran *media exposure* dalam studi ini mengacu pada Ramadhini et al. (2020) dimana *media exposure* diprosikan dengan logaritma natural dari jumlah berita terkait perusahaan tersebut yang dihasilkan mesin pencari Google pada tahun pelaporan. Proksi ini dipakai untuk menentukan visibilitas perusahaan oleh media massa. Dengan memakai pendekatan ini, penulis mengetikkan nama perusahaan sampel di Google, lalu mengambil hasil pencarian yang dihasilkan, dan mengonversi angka tersebut menjadi logaritma natural untuk menjaga keseimbangan skala antara variabel dependen dan independen.

2.1.5 *Good Corporate Governance*

Konsep *Good Corporate Governance* (GCG) awalnya dirumuskan oleh Komite Cadbury dalam publikasinya tahun 1992, yang umumnya disebut sebagai Laporan Cadbury. Komite mendefinisikan Tata Kelola Perusahaan yang Baik sebagai kerangka prinsip yang mengatur pengawasan dan pengendalian perusahaan, yang bermaksud untuk menjaga keseimbangan antara kewenangan manajerial dan akuntabilitas kepada pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya. Pada dasarnya, tata kelola perusahaan yang baik berfungsi sebagai mekanisme untuk meyakinkan investor bahwasanya investasi mereka akan menghasilkan keuntungan yang sesuai dan adil, yang mendorong transparansi dan manajemen yang bertanggung jawab dalam organisasi (Komite Cadbury, 1992).

Berlandaskan Effendi (2022), GCG ialah suatu pengendalian internal perusahaan yang dimaksudkan untuk mengamankan aset dan menaikkan nilai investasi pemegang saham dari waktu ke waktu sekaligus mengelola risiko yang signifikan guna mencapai tujuan bisnis jangka panjang. GCG ialah pendekatan sistematis untuk menyusun dan mengawasi interaksi perusahaan dengan berbagai pemangku kepentingan, yang bermaksud untuk meningkatkan kepatuhan terhadap persyaratan regulasi dengan menekankan prinsip-prinsip seperti tanggung jawab, transparansi, kewajaran, akuntabilitas, dan independensi (Subarnas & Gunawan, 2019).

Berlandaskan definisi atau pengertian GCG diatas bisa disimpulkan bahwasanya GCG ialah suatu seperangkat aturan, kebijakan, dan praktik pengendalian langsung terhadap suatu perusahaan guna mencapai keseimbangan antara kekuasaan dan wewenang perusahaan serta meningkatkan kepatuhan terhadap regulasi melalui penerapan tanggung jawab, transparansi, keadilan, akuntabilitas, dan independensi.

Berlandaskan Nurastikha (2019) indikator pengukuran *Good Corporate Governance* yakni Proporsi Komisaris Independen, Struktur Kepemilikan, dan Komite Audit. Ada empat indikator dari *Corporate Governance* yang sering dipakai dalam penelitian untuk mengukur GCG yakni yakni struktur dewan komisaris independen, komite audit, kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional (Latifah & Novitasari, 2021). Sementara, dalam penelitian Andrean Agasva & Budiantoro (2020) *Good Corporate Governance* memakai indikator Komisaris Independen, Kepemilikan Asing, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Independensi Komite Audit, dan Kualitas Audit. Pada penelitian kali ini, GCG diproksikan dengan dua variabel yakni Komisaris Independen dan Komite audit.

1. Komisaris Independen

Berlandaskan regulasi OJK nomor 55 /POJK.03/2016 Komisaris Independen ialah anggota Dewan Komisaris yang bebas dari ikatan keuangan, kepengurusan, kepemilikan, keluarga, atau ikatan pribadi

lainnya yang bisa membahayakan independensinya. Secara khusus, mereka tidak memiliki hubungan langsung atau tidak langsung dengan anggota Dewan Direksi, sesama Komisaris, pemegang saham pengendali, atau Bank itu sendiri yang bisa memengaruhi independensi mereka. Berlandaskan standar regulasi, komposisi Dewan Komisaris harus mencakup minimal lima puluh persen (50%) Komisaris independen untuk memastikan pengawasan yang objektif.

Komisaris Independen berperan sebagai figur tata kelola penting yang bertanggung jawab untuk memediasi kepentingan pemegang saham, manajemen, dan pemangku kepentingan terkait lainnya, sekaligus memenuhi tugas pengawasan. Kehadiran mereka meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan integritas perusahaan. Maknanya, peran Komisaris Independen berperan penting dalam mendorong keberlanjutan jangka panjang organisasi, memperkuat kepercayaan pemangku kepentingan, dan meningkatkan reputasi perusahaan. Selain itu, keterlibatan mereka sangat penting dalam menumbuhkan lingkungan bisnis yang kuat dan berkelanjutan. Maknanya, pengangkatan Komisaris Independen melampaui sekadar formalitas, yang ialah landasan dalam penerapan prinsip-prinsip Tata Kelola Perusahaan yang Baik secara efektif (Ummah & Dwi, 2024).

Rahman & Cheisviyanny (2020) Meningkatnya jumlah komisaris independen membawa perspektif baru yang cerdas terhadap tata kelola perusahaan, memperkuat pengawasan dewan atas manajemen. Peningkatan pengawasan ini mendorong imparsialitas dan memprioritaskan kepentingan pemangku kepentingan, mendorong perusahaan untuk menjadi lebih transparan dan bertanggung jawab. Hasilnya, organisasi meningkatkan praktik pengungkapan mereka, dengan menonjolkan inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan mereka. Pada akhirnya, perubahan dinamis ini menumbuhkan kepercayaan dan

integritas yang lebih besar dalam lanskap perusahaan, yang menguntungkan semua pemangku kepentingan yang terlibat.

2. Komite Audit

Dalam regulasi OJK nomor 55 /POJK.04/2015 Komite Audit, yang dibentuk oleh Dewan Komisaris, memainkan peran penting dalam mendukung tanggung jawab pengawasan dewan. Terdiri dari sedikitnya tiga anggota—seperti Komisaris Independen dan pakar eksternal—komite ini memastikan pelaporan keuangan, pengendalian internal, dan manajemen risiko yang kuat. Upaya kolaboratif mereka meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan integritas dalam organisasi, yang menumbuhkan kepercayaan pemangku kepentingan dan pertumbuhan berkelanjutan.

Komite audit yang efektif memainkan peran penting dalam memperkuat integritas perusahaan dengan memberikan pengawasan independen terhadap pelaporan keuangan, manajemen risiko, dan praktik tata kelola. Keberhasilannya bergantung pada faktor-faktor utama seperti independensi dari manajemen, keahlian anggota, ukuran komite yang sesuai, dan jadwal rapat yang teratur. Melalui tinjauan dan pengawasan yang cermat, komite memastikan transparansi, akuntabilitas, dan pengambilan keputusan yang baik, yang pada akhirnya menumbuhkan kepercayaan pemangku kepentingan dan mendukung pertumbuhan organisasi yang berkelanjutan (Pertiwi & Husaini, 2021).

Komite audit memainkan peran penting dalam meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial dengan memastikan secara cermat bahwasanya semua kegiatan mematuhi standar hukum dan menegakkan praktik bisnis yang etis. Dengan menumbuhkan budaya transparansi, komite tidak hanya membangun kepercayaan pemangku kepentingan tetapi juga mendorong perusahaan untuk memperluas pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan mereka. Pendekatan proaktif ini pada

akhirnya mendorong perilaku perusahaan yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan secara menyeluruh (Leksono & Butar, 2018).

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu mengenai Kinerja Lingkungan, *Media Exposure*, Komisaris Independen, dan Komite Audit bisa diringkas di dalam tabel berikut:

Tabel 2. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

Penulis, Tahun	Variabel	Sampel dan Metode Analisis	Hasil
Puji Handayati (2017)	Variabel Independen : 1. Kinerja Lingkungan 2. Kepemilikan Institusional 3. Dewan Komisaris 4. Dewan Komisaris Independen 5. Komite Audit Variabel Dependen : Corporate Social Responsibility	Sampel: Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) berturut-turut sejak periode pengamatan 2012-2014 dan diperoleh sampel penelitian sebanyak 11 sampel. Metode Analisis: Analisis Regresi Linear Berganda	1. Variabel kinerja lingkungan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan pertanggungjawaban social perusahaan (coporate social responsibillity disclosure / CSRD) 2. kepemilikan institusional tidak mempunyai pengaruh terhadap coporate social responsibillity disclosure (CSRD) 3. dewan komisaris mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap coporate social responsibillity disclosure (CSRD).

			<p>4. dewan komisaris independen tidak mempunyai pengaruh terhadap coporate social responsibility disclosure (CSR).</p> <p>5. komite audit mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap coporate social responsibility disclosure (CSR).</p>
<p>Hustna Dara Sarra & Sustari Alamsyah (2021)</p>	<p>Variabel Independen :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja Lingkungan 2. Citra Perusahaan 3. Media Exposure <p>Variabel Dependen :</p> <p><i>Corporate Social Responsibility</i></p>	<p>Sampel:</p> <p>Sampel penelitian yakni perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI 2015- 2018 diambil berlandaskan kriteria yang sudah ditentukan menghasilkan 16 sampel.</p> <p>Metode Analisis:</p> <p>Analisis regresi linier berganda</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja lingkungan berdampak positif terhadap pengungkapan CSR 2. Citra Perusahaan berdampak positif terhadap Pengungkapan CSR 3. Media Exposure tidak berdampak terhadap pengungkapan CSR

<p>Anna Sukasih & Eko Sugiyanto (2017)</p>	<p>Variabel Independen :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kepemilikan Manajerial 2. Kepemilikan Institusional 3. Komite Audit 4. Ukuran dewan Komisaris 5. Kinerja Lingkungan <p>Variabel Dependen :</p> <p><i>Corporate Social Responsibility</i></p>	<p>Sampel :</p> <p>sampel dalam studi ini ialah perusahaan manufaktur yang sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2011-2015 dan menghasilkan 24 Sampel.</p> <p>Metode Analisis : analisis regresi linier sederhana</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepemilikan manajerial berdampak negatif terhadap pengungkapan CSR 2. Kepemilikan institusional berdampak negatif terhadap pengungkapan CSR. 3. Komite audit tidak berdampak terhadap pengungkapan CSR. 4. Ukuran dewan komisaris tidak berdampak terhadap pengungkapan CSR. 5. Kinerja lingkungan yang diukur dengan peringkat PROPER tidak berdampak signifikan terhadap pengungkapan CSR
<p>Anisa Ramadhini, Desi Adhariani, & Chaerul D. Djakman (2020)</p>	<p>Variabel Independen :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Consumers</i> 2. <i>Creditors</i> 3. <i>Auditors</i> 4. <i>Media Exposure</i> <p>Variabel Dependen :</p>	<p>Sampel:</p> <p>Perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2015 dan menghasilkan sebanyak 109 sampel.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Consumers</i> tidak berdampak signifikan terhadap pengungkapan CSR 2. <i>Creditors</i> memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR 3. <i>Auditors</i> tidak berdampak signifikan

	<i>Corporate Social Responsibility</i>	Metode analisis: pendekatan kuantitatif dengan memakai STATA 14.2 untuk analisis data pada model regresi	terhadap pengungkapan CSR 4. <i>Media Exposure</i> memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR
Vianca Angela Tiono, Hendra Wijaya, & Peggy Delita Merida (2022)	Variabel Independen: 1. <i>Slack Resources</i> 2. <i>Media Exposure</i> 3. Sensivitas Industri Variabel Dependen : <i>Corporate Social Responsibility</i>	Sampel : Perusahaan yang menjadi objek studi ini ialah perusahaan pertambangan, energi, kimia, farmasi, kosmetik, makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2017-2019. Metode Analisis : regresi linear berganda	1. <i>Slack Resources</i> tidak berdampak terhadap pengungkapan CSR. 2. <i>Media Exposure</i> berdampak positif signifikan terhadap pengungkapan CSR. 3. Sensivitas Industri berdampak negatif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR
Ni Kadek Ayu Trisnadewi (2018)	Variabel Independen : 1. Dewan Komisaris Independen 2. Komite Audit	Sampel: Perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	1. Dewan Komisaris Independen memiliki pengaruh positif signifikan terhadap luas pengungkapan CSR.

	Variabel Dependen : <i>Corporate Social Responsibility</i>	pada tahun 2016 dan menghasilkan sampel sebanyak 60 perusahaan. Metode Analisis : Model regresi linear berganda.	2. Komite Audit memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap terhadap luas pengungkapan CSR.
Ni Kadek Desy Sulestiana Dewi, Luh Komang Merawati, & Daniel Raditya Tandio (2021)	Variabel Independen : 1. Struktur Kepemilikan 2. Komite Audit 3. Profil Perusahaan 4. Rasio Aktivitas Variabel Dependen : <i>Corporate Social Responsibility</i>	Sampel: Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2019 dan menghasilkan sampel sebanyak 59 sampel. Metode Analisis : Teknik analisis regresi linear berganda.	1. Struktur Kepemilikan tidak berdampak terhadap pengungkapan CSR 2. Komite Audit berdampak positif terhadap pengungkapan CSR 3. Profil Perusahaan tidak berdampak terhadap pengungkapan CSR 4. Rasio Aktivitas tidak berdampak terhadap pengungkapan CSR
Prisila Damayanti, Hendi Prihanto, & Fairuzzaman (2021)	Variabel Independen : 1. Kepemilikan Institusional 2. Dewan Komisaris Independen 3. Kepemilikan saham publik	Sampel: Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2016-2018, terdiri 78 sampel.	1. Kepemilikan Institusional tidak berdampak signifikan terhadap pengungkapan CSR 2. Dewan Komisaris Independen berdampak positif

	<p>4. Profitabilitas</p> <p><i>Variabel Dependen :</i></p> <p><i>Corporate Social Responsibility</i></p>	<p>Metode analisis:</p> <p>Multiple moderated regression analysis.</p>	<p>terhadap pengungkapan CSR</p> <p>3. Kepemilikan saham publik tidak berdampak terhadap pengungkapan CSR</p> <p>4. Profitabilitas berdampak positif terhadap pengungkapan CSR</p>
--	--	--	--

2.3 Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Kinerja lingkungan menggambarkan dedikasi perusahaan untuk melestarikan sumber daya dan beroperasi secara berkelanjutan, yang pada akhirnya menciptakan nilai bagi para pemangku kepentingan dan masyarakat luas. Penilaian PROPER, yang diluncurkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup, berfungsi sebagai alat strategis untuk mempromosikan tanggung jawab lingkungan dengan mengakui dan memberi penghargaan kepada perusahaan yang memenuhi standar ramah lingkungan. Berdasarkan Teori Legitimasi, inisiatif ini menggarisbawahi pentingnya persetujuan masyarakat, yang diberikan ketika perusahaan memperlihatkan praktik yang sah dan sadar lingkungan. Dengan menyelaraskan operasi mereka dengan harapan hukum dan ekologi, perusahaan tidak hanya meningkatkan legitimasi mereka tetapi juga memperkuat reputasi dan kepercayaan mereka di antara konsumen, investor, dan masyarakat. Hubungan simbiosis ini mendorong bisnis untuk memprioritaskan keberlanjutan, yang mencerminkan komitmen sejati terhadap tanggung jawab sosial dan kesehatan ekologi jangka panjang (Kustina, 2020).

Perusahaan yang memperlihatkan komitmen kuat terhadap kinerja lingkungan sering kali memperlihatkan kesadaran sosial yang lebih dalam, secara aktif peduli terhadap karyawan, masyarakat setempat, dan pemangku kepentingan. Dengan mengungkapkan inisiatif Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) secara transparan, organisasi-organisasi ini membangun kepercayaan dan kredibilitas, yang pada gilirannya mendorong keberhasilan mereka di seluruh dimensi sosial, lingkungan, dan keuangan. Keterbukaan tersebut tidak hanya menyoroti dedikasi mereka terhadap praktik-praktik berkelanjutan tetapi juga menggarisbawahi pentingnya CSR sebagai komponen vital untuk pertumbuhan dan ketahanan jangka panjang di pasar yang kompetitif (Kholifah, 2022).

Temuan hasil yang dilaksanakan oleh Handayati (2017) dan Sarra & Alamsyah (2021) Kinerja lingkungan berdampak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), karena perusahaan yang memprioritaskan inisiatif lingkungan sering kali bermaksud untuk memperlihatkan komitmen mereka terhadap keberlanjutan. Fokus pada upaya lingkungan ini meningkatkan kepercayaan publik dan memperkuat reputasi perusahaan. Akibatnya, organisasi lebih cenderung untuk secara terbuka berbagi aktivitas CSR mereka, mendukung hipotesis bahwasanya kinerja lingkungan yang kuat mendorong peningkatan pengungkapan CSR:

H1 = Kinerja Lingkungan berdampak positif terhadap pengungkapan CSR.

2.3.2 Pengaruh *Media Exposure* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Media exposure berlandaskan Widiastuti (2018) Dalam gaya standar, aktivitas perusahaan yang berdampak sosial dan lingkungan melibatkan inisiatif dan praktik yang dirancang untuk memberi manfaat bagi masyarakat dan melindungi lingkungan. Upaya ini sering disorot oleh media untuk meningkatkan kesadaran publik, memberi tahu masyarakat tentang tindakan positif yang diambil, dan mendorong perilaku yang bertanggung jawab. Liputan tersebut menekankan komitmen perusahaan terhadap pembangunan berkelanjutan dan tanggung jawab sosial.

Dalam perusahaan pemangku kepentingan memakai *Media exposure* untuk mempelajari aktivitas perusahaan, yang kemudian dibandingkan dengan persepsi publik untuk menilai efektivitas aktivitas tersebut. Dengan gaya yang profesional dan berstandar, perusahaan harus bekerja keras untuk meminimalkan kesalahan dan kekeliruan, karena hal itu penting untuk menjaga reputasi mereka. Menjaga kepercayaan di antara para pemangku kepentingan dan masyarakat luas sangat penting untuk kesuksesan dan kredibilitas jangka panjang (Alfariz & Widiastuti, 2021).

Berlandaskan teori Legitimasi, jika suatu perusahaan memenuhi kewajibannya dan menjaga citra terhadap dirinya sendiri, keadaan ini akan memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pemberitaan media. Pengungkapan lingkungan berperan penting dalam memperkuat legitimasi dan reputasi publik suatu perusahaan dengan memperlihatkan transparansi dan akuntabilitas. Perhatian media semakin memperkuat efek ini, memotivasi organisasi untuk mengungkapkan lebih banyak informasi tentang praktik lingkungan mereka, dengan demikian memenuhi tanggung jawab sosial mereka dan membangun kepercayaan dengan para pemangku kepentingan (Muliawati & Hariyati, 2021).

Studi yang dilaksanakan oleh Ramadhini et al. (2020) dan Tiono et al. (2022) menerangkan bahwasanya *media exposure* memberikan pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, keadaan ini disebabkan segala informasi yang disebarluaskan media bisa dengan mudah di akses melalui perangkat digital. Akibatnya, media bisa menyebabkan tekanan untuk pengungkapan CSR yang lebih luas. Berlandaskan paparan diatas, bisa dirumuskan hipotesis berikut:

H2 = *Media exposure* berdampak positif terhadap pengungkapan CSR.

2.3.3 Pengaruh Komisaris Independen Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Dewan Komisaris Independen memegang peranan penting dalam mengawasi kegiatan perusahaan, memastikan bahwasanya manajemen beroperasi secara etis

dan bertanggung jawab. Mereka memberikan kontrol dan pengawasan penting, memantau strategi dan kinerja perusahaan. Selain itu, mereka mengawasi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, mempromosikan transparansi dan akuntabilitas di seluruh organisasi (Azis et al., 2022). Komisaris independen memainkan peran penting dengan memastikan objektivitas dalam pengambilan keputusan, secara efektif melindungi kepentingan pemangku kepentingan, dan secara aktif mendorong perusahaan untuk meningkatkan transparansi melalui pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih komprehensif.

Temuan hasil studi yang dilaksanakan oleh Trisnadewi (2018) dan Damayanty et al. (2021) menyatakan bahwasanya komisaris independen berdampak positif terhadap pengungkapan CSR, keadaan ini dikarenakan dewan komisaris yang berasal dari luar institusi perusahaan akan bersifat lebih objektif dan akan menjaga kepentingan stakeholder, mereka juga mendukung kegiatan perusahaan agar bisa berjalan sesuai dengan regulasi dan mengawasi seluruh kegiatan untuk mencegah kecurangan dan melindungi kepentingan organisasi dan pihak lain. Berlandaskan paparan diatas, bisa dirumuskan hipotesis berikut:

H3 = Komisaris Independen berdampak positif terhadap pengungkapan CSR.

2.3.4 Pengaruh Komite Audit Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Komite audit memainkan peran penting dalam memastikan keakuratan dan kredibilitas laporan keuangan, mendorong transparansi dan kepercayaan di antara para pemangku kepentingan. Komite ini mengawasi sistem pemantauan dan pengendalian internal perusahaan, serta meningkatkan efektivitas pengawasan secara keseluruhan. Selain itu, komite ini menekankan praktik dan pengungkapan CSR, yang secara strategis berkontribusi pada tata kelola yang kuat dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan (Azis et al., 2022).

Studi yang dilaksanakan oleh Dewi et al. (2021), Handayati (2017), dan Trisnadewi, (2018) Dalam kerangka tata kelola perusahaan yang standar, komite audit memainkan peran penting dalam mendorong pengungkapan CSR yang

transparan. Dengan memperkuat pengawasan dan memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip etika, komite tersebut menumbuhkan budaya akuntabilitas. Seiring dengan meluasnya kehadirannya dalam organisasi, komite tersebut memotivasi manajemen untuk meningkatkan kinerja sosial dan mengomunikasikan praktik yang bertanggung jawab secara lebih efektif. Pada akhirnya, komite audit yang kuat meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan melalui pelaporan CSR yang komprehensif dan jujur. Berlandaskan paparan di atas, bisa dirumuskan hipotesis berikut:

H4 = Komite Audit berdampak positif terhadap pengungkapan CSR.

2.4 Kerangka Konseptual

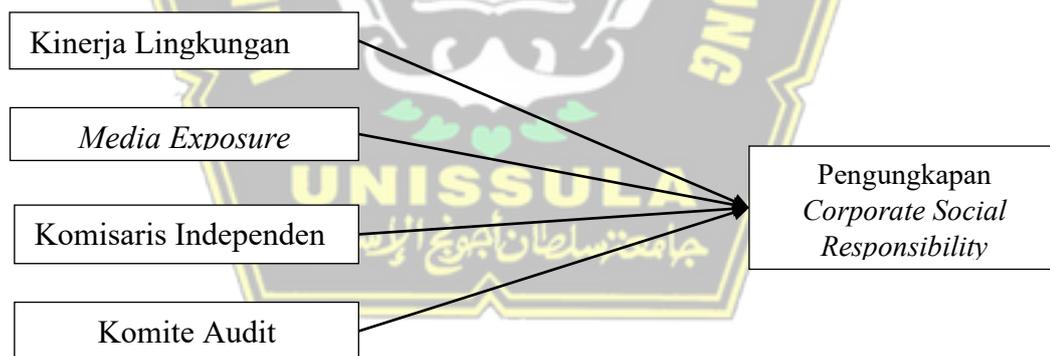
Tujuan utama dari studi ini ialah untuk menguji pengaruh Kinerja Lingkungan, *Media Exposure*, Komisaris Independen, dan Komite Audit pada pengungkapan CSR secara keseluruhan. Studi ini memakai teori Legitimasi sebagai kerangka komprehensif. Upaya perusahaan dalam memperlihatkan transparansi dan akuntabilitas, serta untuk memperoleh legitimasi dari pemangku kepentingan.

Secara umum, bisa dikatakan bahwasanya kinerja lingkungan memperlihatkan seberapa efektif perusahaan menangani dampak lingkungannya. Perusahaan yang unggul sering kali mengungkapkan upaya Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, memperlihatkan komitmen mereka terhadap keberlanjutan dan menumbuhkan kepercayaan dan legitimasi di antara para pemangku kepentingan dan masyarakat luas.

Media exposure mengacu pada sejauh mana suatu perusahaan dan aktivitasnya diliput oleh media. Pemberitaan media bisa membentuk persepsi masyarakat terhadap perusahaan. Perusahaan yang memperoleh banyak perhatian media mungkin akan lebih termotivasi untuk mengungkapkan praktik CSR mereka demi membangun citra positif dan memperoleh legitimasi dari pemangku kepentingan. Media juga membantu menyebarkan informasi tentang perilaku perusahaan, yang bisa mempengaruhi tuntutan pemangku kepentingan akan transparansi dan akuntabilitas yang lebih besar.

Good corporate governance ialah kerangka kerja penting yang mencakup kebijakan dan praktik yang dirancang untuk mendorong manajemen yang bertanggung jawab, transparansi, dan akuntabilitas dalam organisasi. Dalam studi ini, GCG dicontohkan melalui kehadiran Komisaris Independen, yang peran utamanya ialah menghadirkan objektivitas pada proses pengambilan keputusan dan memberikan pengawasan yang efektif terhadap aktivitas manajemen. Selain itu, Komite Audit memainkan peran penting dengan memverifikasi secara menyeluruh keakuratan dan kelengkapan pengungkapan keuangan dan laporan lainnya. Upaya gabungan dari Komisaris Independen dan Komite Audit menumbuhkan lingkungan kepercayaan dan integritas, yang penting untuk pelaporan CSR yang kredibel. Dengan memastikan pengungkapan yang transparan dan andal, mekanisme tata kelola ini membantu memperkuat legitimasi perusahaan dan kepercayaan pemangku kepentingan terhadap operasinya.

Berlandaskan kajian pustaka dan uraian-uraian yang sudah dipaparkan, kerangka konseptual studi ini ialah yakni:



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Studi ini memakai metodologi kuantitatif. Pendekatan kuantitatif berlandaskan Sugiyono (2022) Penelitian kuantitatif, yang berakar pada prinsip-prinsip positivisme, melibatkan pengumpulan data numerik secara sistematis untuk memeriksa populasi dan mengevaluasi hipotesis. Pendekatan ini menekankan penggunaan teknik statistik untuk menganalisis data secara objektif dan akurat. Dengan berfokus pada variabel yang bisa diukur, penelitian kuantitatif berupaya mengidentifikasi pola, hubungan, dan tren dalam data. Studi ini sering memakai metode penelitian penjelasan untuk mengeksplorasi bagaimana berbagai faktor saling memengaruhi, sehingga memberikan pemahaman yang jelas tentang hubungan sebab akibat. Secara keseluruhan, metodologi ini menawarkan wawasan yang tepat melalui analisis data yang ketat dan bukti empiris (Sugiyono, 2022). Tujuan studi ini ialah untuk menilai pengaruh Kinerja lingkungan, *Media Exposure*, Komisaris independen, dan Komite audit terhadap pengungkapan CSR.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Dalam gaya standar, populasi merujuk pada suatu kelompok yang memiliki karakteristik unik yang dipelajari dan dianalisis secara cermat oleh para peneliti untuk memahami pola, perilaku, dan tren dalam komunitas tersebut (Sugiyono, 2022). Populasi dalam studi ini ialah perusahaan yang beroperasi di sektor manufaktur terdaftar di Bursa efek Indonesia (BEI) tahun 2021-2023.

3.2.2 Sampel

Sampel berlandaskan Sugiyono (2022) Pengambilan sampel, khususnya pengambilan sampel dengan tujuan tertentu, ialah metode yang dipakai dalam penelitian untuk memilih sekelompok individu atau elemen tertentu dari populasi yang lebih besar. Pendekatan ini melibatkan pemilihan partisipan berlandaskan karakteristik atau kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

Pengambilan sampel dengan tujuan tertentu sangat berguna ketika mempelajari populasi yang besar, karena memungkinkan peneliti untuk fokus pada kasus-kasus yang relevan, sehingga pengumpulan data menjadi lebih efisien dan mudah dikelola dengan sumber daya yang terbatas. Berikut kriteria yang dipakai untuk menentukan sampel pada studi ini:

1. Perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar secara konsisten di BEI selama periode pengamatan tahun 2021-2023.
2. Perusahaan sektor manufaktur yang menerbitkan laporan keuangan dan laporan tahunan selama periode 2021-2023.
3. Perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar dalam PROPER.
4. Perusahaan sektor manufaktur yang laporan keuangannya memakai mata uang rupiah.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Studi ini memanfaatkan data sekunder yang diperoleh dari berbagai dokumen dan sumber, yang ialah bentuk informasi yang terorganisasi dan tidak langsung. Pendekatan ini memungkinkan analisis yang komprehensif tanpa perlu pengumpulan data primer (Sugiyono, 2022). Studi ini mengambil data melalui laporan keuangan dan tahunan Perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di (BEI) pada periode 2021-2023 yang sudah memenuhi syarat dalam pengambilan sampel. Sumber data tersebut diperoleh melalui situs resmi BEI, situs web resmi yang dimiliki perusahaan, dan sumber resmi lain yang bisa mendukung keperluan studi ini.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Penelitian memakai metode dokumentasi untuk mengumpulkan dan menganalisis data secara sistematis dan efektif. Berlandaskan Sugiyono (2022), Metode dokumentasi yang dipakai dalam studi ini melibatkan pengumpulan data secara sistematis dari berbagai sumber seperti buku, arsip, laporan, dan gambar. Pendekatan komprehensif ini memastikan penyusunan informasi yang relevan secara menyeluruh. Secara khusus, metode ini dipakai untuk mengumpulkan laporan keuangan dan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

Metode ini memberikan dasar yang kuat untuk menganalisis kinerja perusahaan dan mendukung temuan penelitian secara efektif.

3.5 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel

Studi ini melibatkan dua variabel yakni variabel dependen (Y) dan variabel independen (X). Variabel (Y) ialah Pengungkapan CSR, sementara variabel (X) terdiri atas Kinerja Lingkungan, *Media exposure*, Komisaris Independen, dan Komite audit.

3.5.1 Variabel Dependen (Y)

CSR melibatkan tindakan etis oleh perusahaan yang bermaksud untuk meningkatkan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan karyawan, mendukung pengembangan masyarakat, mempromosikan keberlanjutan lingkungan, dan membina manfaat sosial jangka panjang (Lara, 2022). Pengukuran CSR bisa dilaksanakan dengan memakai *Corporate Social Responsibility* (CSRDI) yang mengacu dari GRI Standards dalam Global Sustainability Standards Board (2016, 2018, 2019) yang meliputi: 1) Standar umum yang terdiri dari GRI-102 *General Disclosure* dan GRI-103 *Management Approach*; 2) Standar Spesifik yang terdiri dari GRI-200 *Economy*, GRI-400 *Social* dengan total 148 item. Untuk penghitungan pengungkapan CSR memakai variabel dummy yakni jika perusahaan mengungkapkan CSR maka nilainya 1, jika perusahaan tidak mengungkapkan maka nilainya 0. Rumus perhitungan CSR berlandaskan Aurora L et al (2021) yakni:

$$CSRI_j = \frac{\sum x_{ij}}{N_j}$$

Keterangan:

CSRI_j : *Indeks Corporate Social Responsibility* perusahaan j

X_{ij} : Jumlah item yang diungkapkan

N_j : Jumlah item CSR perusahaan j = 148

3.5.2 Variabel Independen (X)

Kinerja Lingkungan, *Media Exposure*, Komisaris Independen, dan Komite Audit ialah variabel yang ada pada studi ini.

1) Kinerja Lingkungan

Perusahaan secara aktif mengupayakan kinerja lingkungan dengan menerapkan praktik berkelanjutan, membina keselarasan dengan alam, dan membuat pilihan bijak dan bertanggung jawab demi masa depan yang lebih hijau (Handayati, 2017). Mengacu pada penelitian Habib Siregar et al. (2022) Kinerja lingkungan diukur dari prestasi perusahaan dalam mengikuti PROPER. PROPER diukur dengan memakai indikator warna yakni :

- a. Warna Emas dengan skor 5 ialah skor tertinggi dengan arti sangat baik sekali.
- b. Warna Hijau dengan skor 4 yang mempunyai arti sangat baik
- c. Warna Biru dengan skor 3 yang mempunyai arti baik.
- d. Warna Merah dengan skor 2 mempunyai arti buruk.
- e. Warna Hitam dengan skor 1 yang mempunyai arti buruk sekali.

2) *Media Exposure*

Media exposure ialah seberapa besar tingkat sorotan yang diterima oleh suatu perusahaan oleh sebuah media. Publikasi mengenai perusahaan oleh media memainkan peran penting dalam membentuk citra perusahaan (Pangestika & Widiastuti, 2017). Pengukuran *media exposure* dalam studi ini mengacu pada Ramadhini et al. (2020) dimana *media exposure* diproksikan dengan logaritma natural dari jumlah berita terkait perusahaan tersebut yang dihasilkan mesin pencari Google pada tahun pelaporan. Proksi ini dipakai untuk menentukan visibilitas perusahaan oleh media massa. Dengan memakai pendekatan ini, penulis mengetikkan nama perusahaan sampel di Google, lalu mengambil hasil pencarian yang dihasilkan, dan mengonversi angka tersebut menjadi logaritma natural untuk menjaga keseimbangan skala antara variabel dependen dan independen.

3) Komisaris Independen

Berlandaskan regulasi OJK nomor 55 /POJK.03/2016 Komisaris Independen ialah anggota Dewan yang tidak memiliki hubungan keuangan, manajemen, atau kekeluargaan dengan Dewan Direksi, Komisaris lain, atau pemegang saham pengendali. Peran utama mereka ialah memberikan pengawasan yang tidak memihak dan memastikan integritas tata kelola perusahaan. Untuk menjaga transparansi dan objektivitas, regulasi mengamanatkan bahwasanya Komisaris Independen ialah setidaknya 50% dari total Dewan. Independensi mereka dievaluasi secara cermat dengan membandingkan jumlah mereka dengan jumlah total anggota Dewan, memastikan bahwasanya mayoritas Dewan beroperasi tanpa konflik kepentingan. Struktur ini mendorong pengambilan keputusan yang adil dan meningkatkan kepercayaan pemegang saham dengan melindungi terhadap pengaruh atau bias yang tidak semestinya dalam kepemimpinan perusahaan. Mengacu pada penelitian Damayanty et al. (2021) komisaris independen diukur memakai rumus yakni:

$$\text{Komisaris Independen} = \frac{\text{Jumlah Dewan komisaris independen}}{\text{Jumlah anggota komisaris}}$$

4) Komite Audit

Dalam regulasi OJK nomor 55 /POJK.04/2015 Komite Audit, yang dibentuk oleh Dewan Komisaris, memainkan peran penting dalam mendukung tanggung jawab pengawasan mereka. Komite ini terdiri dari minimal tiga anggota independen, yang memastikan objektivitas dan ketidakberpihakan, termasuk para ahli eksternal yang memberikan wawasan berharga. Komite ini dipimpin oleh seorang Komisaris independen yang bertindak sebagai ketua, yang memberikan kepemimpinan dan arahan yang kuat. Struktur ini meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan pemantauan yang efektif terhadap pelaporan keuangan dan pengendalian internal dalam organisasi (Dewi et al., 2021).

Berlandaskan uraian di atas, maka ringkasan dari definisi operasional serta pengukuran variabel tersebut ialah:

Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

No	Variabel & Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	<p>Y = Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>CSR dimulai dengan komitmen terhadap etika, berupaya meningkatkan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan karyawan, dan mendorong pembangunan berkelanjutan melalui praktik bisnis yang bertanggung jawab dan keterlibatan masyarakat (Lara, 2022).</p>	$CSRI_j = \frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan}}{148}$ <p>Mengacu pada (Global Sustainability Standards Board, 2016, 2018, 2019)</p>	Rasio
2	<p>X2 = Kinerja Lingkungan</p> <p>Kinerja lingkungan mencerminkan upaya keras</p>	<p>Kinerja Lingkungan = Indeks PROPER</p> <p>Mengacu pada penelitian (Habib Siregar et al., 2022)</p>	Ordinal

	<p>perusahaan untuk mempromosikan keberlanjutan, pengelolaan sumber daya yang bertanggung jawab, dan praktik ramah lingkungan demi masa depan yang lebih sehat (Handayati, 2017).</p>	<p>PROPER diukur dengan memakai indikator warna yakni :</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Warna Emas dengan skor 5 ialah skor tertinggi dengan arti sangat baik sekali. b. Warna Hijau dengan skor 4 yang mempunyai arti sangat baik c. Warna Biru dengan skor 3 yang mempunyai arti baik. d. Warna Merah dengan skor 2 mempunyai arti buruk. e. Warna Hitam dengan skor 1 yang mempunyai arti buruk sekali. 	
3	<p>$X_2 = \text{Media Exposure}$</p> <p><i>Media exposure</i> secara signifikan membentuk citra publik suatu perusahaan dengan menarik perhatian dan menghasilkan liputan, yang bisa meningkatkan reputasi atau</p>	<p>Jumlah berita terkait perusahaan tersebut yang dihasilkan mesin pencari Google pada tahun pelaporan.</p> <p>Mengacu pada penelitian (Ramadhini et al., 2020).</p>	Rasio

	<p>mengungkap kerentanan, yang pada akhirnya memengaruhi persepsi publik dan keberhasilan bisnis (Pangestika & Widiastuti, 2017).</p>		
4	<p>X3 = Komisaris Independen</p> <p>Berlandaskan regulasi OJK nomor 55 /POJK.03/2016 Komisaris Independen bertugas sebagai anggota Dewan yang tidak memihak, memastikan objektivitas dan keadilan dalam pengambilan keputusan. Mereka tidak memiliki kepentingan finansial, hubungan keluarga, atau</p>	<p>Komisaris Independen = $\frac{\text{Jumlah Dewan komisaris independen}}{\text{Jumlah anggota komisaris}}$</p> <p>Mengacu pada penelitian (Damayanty et al., 2021).</p>	Rasio

	<p>hubungan manajemen dengan Dewan Direksi, pemegang saham pengendali, atau bank itu sendiri. Peran mereka sangat penting dalam menjaga transparansi dan integritas tata kelola perusahaan dalam organisasi.</p>		
5	<p>Komite Audit</p> <p>Dalam regulasi OJK nomor 55 /POJK.04/2015 Komite Audit, yang dibentuk oleh Dewan Direksi, memainkan peran penting dalam membantu dan mendukung Dewan dalam mengawasi pelaporan keuangan, pengendalian internal, dan</p>	<p>Σ anggota komite audit</p> <p>Mengacu pada penelitian (Dewi et al., 2021).</p>	Rasio

	memastikan integritas dan transparansi operasi organisasi.		
--	--	--	--

3.6 Teknik Analisis Data

Studi ini memakai SPSS Versi 26 untuk melaksanakan analisis regresi linier berganda yang komprehensif. Tujuan utamanya ialah untuk menyelidiki bagaimana berbagai variabel independen secara kolektif dan individual memengaruhi variabel dependen. Dengan menganalisis data melalui metode statistik ini, studi ini berupaya mengidentifikasi prediktor yang signifikan dan memahami kekuatan dan sifat hubungan mereka dalam konteks yang diteliti.

3.6.1 Uji Statistik Deskriptif

Berlandaskan Ghozali (2018) Analisis statistik deskriptif memberikan ringkasan data yang jelas dengan memanfaatkan ukuran-ukuran utama seperti jumlah, minimum, maksimum, rata-rata, median, dan simpangan baku. Alat-alat ini membantu mengatur dan menginterpretasikan informasi numerik, sehingga data yang kompleks menjadi lebih mudah dipahami. Dengan menyoroti kecenderungan dan variabilitas utama, statistik deskriptif memfasilitasi pengambilan keputusan dan wawasan yang lebih baik di berbagai bidang.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik memainkan peran penting dalam memvalidasi model regresi dengan memeriksa secara menyeluruh kondisi statistik utama. Uji ini menilai apakah residual mengikuti distribusi normal, memastikan multikolinearitas tidak menjadi masalah di antara prediktor, mendeteksi autokorelasi dalam residual, dan mengidentifikasi heteroskedastisitas. Dengan mengonfirmasi asumsi ini, peneliti bisa yakin bahwasanya model mereka memberikan estimasi yang tidak bias, efisien, dan andal, yang pada akhirnya memenuhi kriteria untuk Penaksir Linear Tidak Bias Terbaik (BLUE) (Ghozali, 2018).

1) Uji Normalitas

Berlandaskan Ghozali (2018), Uji normalitas mengevaluasi apakah data yang dipakai dalam analisis regresi sesuai dengan distribusi normal. Biasanya, uji Kolmogorov-Smirnov satu sampel dipakai untuk tujuan ini. Jika nilai-p yang dihasilkan melebihi ambang batas tertentu umumnya 0,05 ini memperlihatkan bahwasanya data tidak menyimpang secara signifikan dari normalitas. Sebaliknya, nilai-p di bawah ambang batas ini memperlihatkan potensi ketidaknormalan, yang bisa memengaruhi validitas hasil regresi.

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas memeriksa korelasi tinggi di antara variabel prediktor, yang bisa memengaruhi stabilitas model. Berlandaskan Ghozali (2018) Uji multikolinearitas sangat penting untuk mengevaluasi hubungan antar variabel independen dalam analisis regresi. Biasanya, Variance Inflation Factor (VIF) di bawah 10 dan nilai Tolerance di atas 0,10 memperlihatkan bahwasanya multikolinearitas tidak menjadi masalah, sehingga memastikan keandalan dan stabilitas koefisien regresi yang diestimasi.

3) Uji Autokorelasi

Berlandaskan Ghozali (2018), Uji autokorelasi ialah alat penting yang menguji apakah kesalahan dalam periode berurutan saling berhubungan, yang bisa mendistorsi keandalan hasil model. Uji Durbin-Watson, khususnya, dipakai secara luas untuk mendeteksi autokorelasi tersebut dalam analisis regresi. Dengan mengidentifikasi hubungan ini, uji ini membantu memastikan keakuratan dan validitas model. Jika autokorelasi hadir, hal itu bisa mempersempit interval keyakinan secara artifisial, sehingga menyesatkan kesimpulan, sehingga mengatasinya sangat penting untuk analisis yang kuat dan bisa dipercaya:

- a. $0 < d < dl =$ Tidak ada autokorelasi positif.
- b. $dl \leq d \leq du =$ tidak ada autokorelasi positif.
- c. $4 - dl < d < 4 =$ Tidak ada autokorelasi negatif.
- d. $4 - du \leq d \leq 4 - dl =$ tidak ada autokorelasi negatif .
- e. $du < d < 4 - du =$ tidak ada autokorelasi positif atau negatif.

4) Uji Heteroskedastisitas

Berlandaskan Ghozali (2018) Dalam analisis yang canggih, penilaian heteroskedastisitas melibatkan pemeriksaan apakah varians residual tetap konsisten di semua pengamatan. Ketika varians residual tetap konstan, data dikatakan homoskedastisitas, yang mencerminkan variabilitas yang stabil. Sebaliknya, jika varians berfluktuasi, heteroskedastisitas hadir, yang bisa merusak keandalan estimasi model. Uji Glejser ialah metode populer untuk mendeteksi masalah ini; ia mengevaluasi apakah residual absolut secara sistematis terkait dengan variabel independen. Nilai signifikansi di bawah ambang batas yang dipilih memperlihatkan adanya heteroskedastisitas, yang mendorong penyempurnaan model lebih lanjut.

3.6.3 Model Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda ialah teknik statistik canggih yang meneliti bagaimana beberapa variabel independen secara simultan memengaruhi satu variabel dependen, yang memungkinkan peneliti memahami hubungan yang kompleks dan memprediksi hasil secara lebih akurat dalam berbagai konteks cerdas yang didorong oleh data (Ghozali, 2018). Model regresi linear berganda pada studi ini memakai persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Pengungkapan CSR

α = Konstanta

X_1 = Kinerja Lingkungan

X_2 = *Media Exposure*

X_3 = Komisaris Independen

X_4 = Komite Audit

β_1 = Koefisien regresi berganda antara X_1 dan Y

β_2 = Koefisien regresi berganda antara X_2 dan Y

β_3 = Koefisien regresi berganda antara X_3 dan Y

β_4 = Koefisien regresi berganda antara X_4 dan Y

e = Eror

3.6.4 Uji Goodness of Fit Model

Ghozali (2018) uji *goodness of fit*, yang juga dikenal sebagai uji kelayakan model, ialah metrik statistik yang dipakai untuk mengevaluasi sejauh mana fungsi regresi secara akurat memperkirakan nilai dasar yang sebenarnya. Statistik F yang dihitung dan nilai p yang sesuai berfungsi sebagai titik referensi dalam menilai kecukupan model. Ketika statistik uji berada dalam wilayah penolakan hipotesis nol (H_0), hasilnya dianggap signifikan secara statistik, yang memperlihatkan bahwasanya model tersebut sesuai dengan data dengan baik. Sebaliknya, jika statistik berada dalam wilayah penerimaan, hipotesis nol tidak bisa ditolak, yang memperlihatkan bahwasanya kesesuaian model tidak signifikan secara statistik.

1) Koefisien Determinasi R^2

R^2 mengukur seberapa efektif suatu model menjelaskan variabilitas dalam variabel dependen, yang memperlihatkan daya prediktif keseluruhan dan kualitas kesesuaiannya (Ghozali, 2018). Koefisien determinasi, yang sering direpresentasikan sebagai R-kuadrat, berkisar antara 0 hingga 1. Bila nilainya mendekati 1, ini menandakan bahwasanya model tersebut secara efektif menjelaskan sebagian besar variasi dalam data, yang memperlihatkan daya prediksi yang kuat. Sebaliknya, nilai yang mendekati 0 memperlihatkan kemampuan penjelasan yang terbatas (Ghozali, 2018).

2) Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Berlandaskan Ghozali (2018), Dengan cara yang cerdas dan mendalam, uji signifikansi simultan—umumnya dikenal sebagai uji F berfungsi sebagai alat penting dalam analisis statistik. Uji ini menilai apakah semua variabel independen secara bersama-sama memiliki dampak yang berarti pada variabel dependen. Ketika nilai signifikansi F turun di bawah ambang batas 0,05, keadaan ini memperlihatkan bahwasanya variabel-variabel tersebut secara kolektif memberikan pengaruh yang signifikan secara statistik pada hasil, yang memperlihatkan bahwasanya model tersebut memiliki daya prediksi. Sebaliknya, jika signifikansi F melebihi 0,05, keadaan ini menyiratkan bahwasanya variabel independen tidak secara signifikan memengaruhi variabel dependen, dan model tersebut mungkin tidak memiliki nilai penjelas. Uji ini membantu menentukan efektivitas keseluruhan model regresi sebelum menyelidiki signifikansi variabel individual.

3.6.5 Uji Hipotesis (Uji t)

Berlandaskan Ghozali (2018), Uji-T secara cerdas mengevaluasi apakah variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen, membantu peneliti menarik kesimpulan yang berarti:

- a. Dengan gaya cerdas, jika nilai-p melebihi 0,05, kami menerima hipotesis nol (H_0), yang memperlihatkan tidak ada bukti signifikan secara statistik untuk mendukung hipotesis alternatif, yang memperlihatkan tidak adanya efek atau perbedaan yang berarti.
- b. Dalam analisis yang canggih, ketika nilai p turun di bawah ambang batas 0,05 dan koefisien selaras dengan hipotesis yang diajukan, hipotesis nol (H_0) ditolak. Hasil ini menandakan hasil yang signifikan secara statistik, yang memperlihatkan bukti kuat untuk mendukung hipotesis alternatif dan efek yang sedang dipelajari.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Studi ini berfokus pada populasi perusahaan manufaktur yang terdaftar di (BEI) pada tahun 2021 hingga 2023. Dalam studi ini, sampel ditentukan dengan memakai metode *purposive sampling*, yang meliputi pemilihan sampel berlandaskan kriteria tertentu. Sebanyak 189 sampel dikumpulkan untuk studi ini. Tabel di bawah ini menampilkan proses pemilihan sampel yang ditentukan dengan mempertimbangkan kriteria secara mendalam.

**Tabel 4. 1
Kriteria Pengambilan Sampel**

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021-2023	165
2	Perusahaan manufaktur yang tidak menyajikan laporan keuangan dan laporan tahunan setiap periode pengamatan	(25)
3	Perusahaan manufaktur yang tidak terdaftar dalam PROPER setiap periode pengamatan	(63)
4	Perusahaan manufaktur yang laporan keuangannya tidak menggunakan mata uang rupiah	(14)
	Jumlah Perusahaan	63
	Jumlah Sampel Selama 3 tahun	189

4.2 Uji Statistik Deskriptif

Pengujian statistik deskriptif dilaksanakan untuk memperoleh penggambaran karakteristik data dengan merinci beberapa nilai yang meliputi standar deviasi, mean, minimum, maximum, dan median. Pengujian statistik deskriptif memiliki hasil seperti berikut:

Tabel 4. 2
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Median	Std. Deviation
KL	189	2.00	5.00	3.0476	3.0000	.56762
ME	189	.00	30.00	3.7513	1.0000	7.01037
DKI	189	.25	.83	.4284	.4000	.11936
KA	189	2.00	5.00	3.0212	3.0000	.38534
CSR	189	.18	.80	.4309	.3986	.14014
Valid N (listwise)	189					

Sumber: Olahan data sekunder (2025)

1. Kinerja Lingkungan

Berlandaskan data pada tabel uji statistik deskriptif, bisa disimpulkan bahwasanya variabel kinerja lingkungan memiliki nilai minimum 2,00 yang diperoleh perusahaan Aneka Gas Industri Tbk pada tahun 2021-2022, Asiaplast Industries Tbk pada tahun 2021-2023, Saranacentral Bajatama Tbk pada tahun 2021-2023, Indo Kordsa Tbk pada tahun 2021, Century Textile Industry Tbk pada tahun 2021-2023, Intan Wijaya International Tbk pada tahun 2021-2023, Kabelindo Murni Tbk pada tahun 2021, Emdeki Utama Tbk pada tahun 2021-2023, dan Waskita Beton Precast Tbk pada tahun 2021. Sedangkan nilai maksimum senilai 5,00 diperoleh perusahaan Kalbe Farma Tbk pada tahun 2021-2023, Solusi Bangun Indonesia Tbk pada tahun 2022, dan Semen Indonesia (Persero) Tbk pada tahun 2022-2023. Nilai mean variabel kinerja lingkungan senilai 3,0476 dengan nilai standar deviasi 0,56762. Hasil nilai standar deviasi yang lebih kecil dari nilai mean menunjukkan bahwasanya data yang dipakai menyebar secara merata dan kemungkinan terjadi penyimpangan data pada studi ini rendah. Nilai median senilai

3,0000 lebih kecil dari nilai mean senilai 3,0476 maka nilai kinerja lingkungan cukup tinggi.

2. *Media Exposure*

Statistik deskriptif memberikan perincian mendalam tentang variabel *media exposure* di seluruh perusahaan yang dijadikan sampel. Khususnya, data berkisar dari minimum 0,00 hingga maksimum 30,00, yang memperlihatkan variabilitas yang cukup besar dalam kehadiran media di antara perusahaan. Secara khusus, 90 perusahaan tidak memperlihatkan paparan media sama sekali, dengan lima dari perusahaan ini mencatat nilai nol, yang memperlihatkan bahwasanya mereka memiliki liputan media yang minimal atau tidak sama sekali selama periode yang dianalisis. Di ujung spektrum yang lain, Astra International Tbk menonjol dengan skor paparan media tertinggi senilai 30,00, yang menggarisbawahi kehadiran media yang menonjol. Paparan media rata-rata di seluruh perusahaan dihitung sekitar 3,75, yang mencerminkan tingkat keterlibatan media yang umumnya rendah hingga sedang. Namun, deviasi standar yang besar sekitar 7,01 menyoroti dispersi substansial di sekitar rata-rata, yang memperlihatkan perbedaan yang signifikan dalam tingkat paparan media di antara perusahaan. Variabilitas ini menekankan strategi media yang beragam dan visibilitas dalam lanskap industri.

3. Dewan Komisaris Independen

Berlandaskan data yang disajikan dalam tabel analisis statistik deskriptif, bisa disimpulkan bahwasanya variabel yang mewakili independensi dewan komisaris memperlihatkan nilai minimum 0,25, yang dicatat oleh Solusi Bangun Indonesia Tbk pada tahun 2021-2023, Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk pada tahun 2021, dan Argo Pantes Tbk pada tahun 2023. Sebaliknya, nilai tertinggi yang diamati ialah 0,83, dicapai oleh Unilever Indonesia Tbk selama tahun 2022-2023. Simpangan baku untuk variabel ini dihitung senilai 0,11936, dengan rata-rata 0,4284. Fakta bahwasanya simpangan baku lebih kecil dari rata-rata memperlihatkan bahwasanya data terdistribusi relatif merata, yang

memperlihatkan kemungkinan rendah variabilitas yang signifikan dalam kumpulan data. Selain itu, nilai rata-rata 0,4284, sedikit lebih tinggi dari median 0,4000, memperlihatkan bahwasanya tingkat independensi di antara dewan komisaris cenderung relatif tinggi.

4. Komite Audit

Berlandaskan data yang disajikan dalam tabel statistik deskriptif, bisa disimpulkan bahwasanya variabel komite audit memperlihatkan nilai minimum 2,00, yang diamati pada perusahaan-perusahaan seperti Martina Berto Tbk, Mustika Ratu Tbk, dan Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk selama periode 2021-2023. Sebaliknya, nilai maksimum yang tercatat ialah 5,00, dicapai oleh Malindo Feedmill Tbk dalam jangka waktu yang sama. Simpangan baku untuk variabel komite audit ialah 0,38534, dengan rata-rata 3,0212. Fakta bahwasanya simpangan baku lebih rendah dari rata-rata memperlihatkan bahwasanya titik-titik data relatif merata di sekitar rata-rata, dengan demikian memperlihatkan kemungkinan rendah penyebaran data yang signifikan dalam variabel ini. Lebih lanjut, nilai rata-rata 3,0212 sangat sesuai dengan median 3,0000, yang menyiratkan bahwasanya skor komite audit secara umum sedang hingga tinggi di seluruh perusahaan sampel.

5. Corporate Social Responsibility (CSR)

Berlandaskan data yang disajikan dalam tabel statistik deskriptif, bisa disimpulkan bahwasanya variabel CSR memperlihatkan nilai minimum 0,18, tercatat untuk Wilmar Cahaya Indonesia Tbk pada tahun 2021, dan nilai maksimum 0,80, yang diamati untuk Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2023. Simpangan baku variabel CSR ialah 0,14014, dengan rata-rata 0,4309. Simpangan baku yang relatif rendah dibandingkan dengan rata-rata memperlihatkan bahwasanya titik-titik data terdistribusi secara relatif merata, yang memperlihatkan kemungkinan rendah variabilitas yang signifikan dalam kumpulan data. Lebih lanjut, nilai rata-rata CSR senilai 0,4309, ditambah dengan median 0,3986, menyiratkan bahwasanya skor CSR secara keseluruhan relatif tinggi.

4.3 Analisis Data

4.3.1 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

Pada studi ini, uji normalitas dilaksanakan memakai uji *Kolmogorof-Smirnov* dengan hasil yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.3
Hasil Uji
Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		189
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.11619090
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.061
	Negative	-.030
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.087 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Olahan data (2025)

Berlandaskan data yang disajikan pada tabel di atas, uji normalitas menghasilkan nilai signifikansi senilai 0,087. Karena nilai ini melebihi ambang batas 0,05, maka bisa disimpulkan bahwasanya dataset tersebut sesuai dengan distribusi normal.

2. Hasil Uji Multikolinearitas

Untuk memastikan adanya hubungan yang kuat antara variabel independen dan dependen, penting untuk melaksanakan penilaian multikolinearitas (Ghozali, 2018). Dengan memperhatikan nilai dari VIF serta *Tolerance*. Pengujian multikolinearitas memiliki hasil berikut:

Tabel 4. 4
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	KL	.854	1.171
	ME	.851	1.175
	DKI	.952	1.050
	KA	.940	1.064

Sumber: Olahan data (2025)

Berlandaskan data pada tabel, semua variabel diperoleh nilai VIF < 10 dan nilai tolerance > 0,1 dari variabel KL, ME, DKI, dan KA. Kesimpulan dari hasil pengujian ini yakni tidak terjadinya gejala multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas, yang memakai metode Glejser, ialah alat diagnostik canggih yang menganalisis residual dalam model regresi relatif terhadap variabel independen. Dengan mengidentifikasi pola atau inkonsistensi dalam residual, alat ini secara efektif mendeteksi heteroskedastisitas, memastikan keandalan dan validitas asumsi dan prediksi model:

Tabel 4. 5
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.049	.045		1.082	.281
	KL	.013	.009	.117	1.486	.139
	ME	.001	.001	.083	1.062	.289
	DKI	.035	.036	.072	.973	.332
	KA	-.009	.013	-.054	-.724	.470

a. Dependent Variable: abs_res

Sumber: Olahan data (2025)

Hasil uji heteroskedastisitas memperlihatkan bahwasanya semua variabel memiliki nilai signifikansi $> 0,05$. Hasil ini memperlihatkan bahwasanya tidak ada heteroskedastisitas dalam data, sehingga mengonfirmasi keandalan dan konsistensi model regresi yang dipakai dalam menilai kinerja lingkungan studi. Akibatnya, temuan bisa dianggap kuat, memastikan keyakinan terhadap validitas kesimpulan yang diambil terkait dampak lingkungan.

4. Hasil Uji Autokorelasi

Uji Durbin-Watson (DW), alat penting dalam analisis regresi, menilai apakah autokorelasi hadir dalam residual model. Dengan mengevaluasi kriteria tertentu, alat ini membantu peneliti mengidentifikasi potensi pelanggaran asumsi independensi, memastikan validitas dan reliabilitas inferensi statistik mereka:

Tabel 4. 6
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.675 ^a	.455	.444	.10454	2.060
a. Predictors: (Constant), Kinerja Lingkungan, Komisar Independen Komite Audit, Media Exposure					

Sumber: Olahan data (2025)

Statistik Durbin-Watson yang dihitung untuk model tersebut berada pada angka 2,060. Nilai ini berada dalam batas kritis yang ditetapkan, yang memperlihatkan bahwasanya tidak ada bukti signifikan autokorelasi dalam residual. Hasilnya, kita bisa dengan yakin menyimpulkan bahwasanya asumsi model mengenai independensi terpenuhi, yang meningkatkan keandalannya untuk prediksi dan interpretasi. Uji autokorelasi mengonfirmasi bahwasanya residual tidak terkait secara sistematis dari waktu ke waktu, yang mendukung kekokohan dan validitas model dalam menangkap pola data yang mendasarinya tanpa bias yang disebabkan oleh masalah autokorelasi.

4.3.2 Analisis Regresi Linear Berganda

4.3.2.1 Model Regresi

Analisis regresi linear berganda dilaksanakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh signifikan dari variabel (X) yakni kinerja lingkungan, *media exposure*, dewan komisaris independen, dan komite audit terhadap variabel (Y) yakni pengungkapan CSR. Hasil dari analisis regresi linear berganda disajikan koefisien regresi sebagai tampak pada tabel berikut:

Tabel 4. 7
Hasil Koefisien Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a			
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta

Sumber: Olahan data (2025)

Berlandaskan tabel koefisien regresi, model regresi linear berganda yakni:

$$\text{CSR} = 0,234 + 0,042\text{KL} + 0,009\text{ME} - 0,407\text{DKI} + 0,069\text{KA}$$

Penjelasan lebih lanjut mengenai persamaan regresi ialah yakni:

- Konstanta bernilai 0,234 dengan koefisien positif yang berarti nilai KL, ME, DKI dan KA dianggap bernilai 0 atau konstan, maka nilai CSR memperoleh nilai 0,234.
- Variabel KL menghasilkan nilai koefisien positif 0,042 yang berarti semakin tinggi nilai KL yang diungkapkan oleh perusahaan memiliki dampak terhadap tingginya pengungkapan CSR.
- Variabel ME menghasilkan nilai koefisien positif 0,009 yang berarti semakin tinggi nilai ME yang diungkapkan oleh perusahaan memiliki dampak terhadap tingginya pengungkapan CSR.

- Variabel DKI menghasilkan nilai koefisien negatif 0,407 yang berarti semakin tinggi nilai DKI yang diungkapkan oleh perusahaan memiliki dampak terhadap penurunan pengungkapan CSR.
- Variabel KA menghasilkan nilai koefisien positif 0,069 yang berarti semakin tinggi nilai KA yang diungkapkan oleh perusahaan memiliki dampak terhadap tingginya pengungkapan CSR.

4.3.3 Hasil Uji *Goodness of Fit Model*

1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Adjusted R^2 ialah statistik penting yang mengevaluasi seberapa efektif model regresi memperhitungkan variasi dalam variabel dependen. Tidak seperti R^2 biasa, R^2 disesuaikan dengan jumlah prediktor, sehingga memberikan ukuran kecocokan model yang lebih akurat. Berkisar dari 0 hingga 1, nilai yang mendekati 1 menandakan model yang kuat yang menjelaskan sebagian besar variabilitas data, yang memperlihatkan daya prediksi yang kuat :

Tabel 4. 8
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.675 ^a	.455	.444	.10454
a. Predictors: (Constant), Kinerja Lingkungan, Komisararis Independen Komite Audit, Media Exposure				
b. Dependent Variable: CSR				

Sumber: Olahan data (2025)

Berlandaskan data pada tabel 4.8 memperlihatkan jika nilai dari *Adjusted R²* yang bersumber dari pengujian *R²* senilai 0,444. Nilai tersebut memperlihatkan jika variabel pengungkapan CSR bisa dijelaskan oleh variabel KL, ME, DKI, dan KA senilai 44,4% yang sisanya senilai 55,6% diperjelas oleh variabel yang lain. Atau dinyatakan bahwasanya variabel independen pada studi ini memberikan pengaruh senilai 44,4% terhadap variabel dependen.

2. Uji F

Uji F ialah alat statistik yang ampuh yang dipakai untuk mengevaluasi bagaimana variabel independen memengaruhi variabel dependen. Alat ini bekerja dengan membandingkan nilai F yang dihitung dengan nilai F kritis dari tabel distribusi F, yang membantu peneliti menentukan apakah hubungan yang diamati signifikan secara statistik dan bermakna dalam model mereka:

Tabel 4. 9
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.681	4	.420	38.458	.000 ^b
	Residual	2.011	184	.011		

Sumber: Olahan data (2025)

Tabel 4.9 menyajikan hasil uji F, yang memperlihatkan nilai hitung F senilai 38,458. Nilai ini jauh melampaui nilai tabel F kritis senilai 2,42, yang memperlihatkan perbedaan statistik yang kuat. Selain itu, tingkat signifikansi dilaporkan senilai 0,000, yang lebih rendah dari ambang batas konvensional senilai 0,05, yang menegaskan bahwasanya hasilnya sangat signifikan. Temuan ini memperlihatkan bahwasanya efek yang diamati tidak mungkin terjadi karena kebetulan, yang menggarisbawahi kokohnya analisis.

4.3.4 Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Uji statistik t dipakai untuk menentukan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Hasil uji-t yang dipakai dalam studi ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 10
Hasil Uji t

Coefficients ^a					
	Model	B	T	Sig.	Keputusan
1	(Constant)	.234	3.194	.002	
	KL	.042	2.901	.004	Diterima

Sumber: Olahan data (2025)

Penjelasan lebih lanjut mengenai hasil uji t ialah yakni:

1. Hipotesis 1

Hasil uji-t memperlihatkan bahwasanya kinerja lingkungan secara signifikan memengaruhi CSR, yang memperlihatkan hubungan positif. Secara khusus, analisis memperlihatkan koefisien beta senilai 0,234, yang memperlihatkan bahwasanya peningkatan kinerja lingkungan dikaitkan dengan peningkatan pengungkapan CSR. Nilai t senilai 2 semakin menegaskan signifikansi statistik dari efek positif ini, yang menggarisbawahi pentingnya efek ini dalam praktik perusahaan yang berkelanjutan.

2. Hipotesis 2

Hasil uji-t memperlihatkan bahwasanya *media exposure* memiliki dampak yang signifikan dan nyata secara statistik terhadap CSR. Secara khusus, koefisien beta positif senilai 0,009 memperlihatkan hubungan langsung, sedangkan nilai-t yang tinggi senilai 7,612 menegaskan kekokohan efek ini. Keadaan ini memperlihatkan bahwasanya peningkatan perhatian media mendorong perusahaan untuk meningkatkan pelaporan CSR dan upaya transparansi mereka.

3. Hipotesis 3

Hasil uji-t memperlihatkan koefisien beta senilai -0,407, disertai nilai-t senilai -6,947 dan nilai-p senilai 0,000. Temuan ini memperlihatkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara dewan komisaris independen dan

variabel hasil. Dengan kata lain, seiring meningkatnya keberadaan atau pengaruh dewan independen, hasil yang diukur cenderung menurun, yang menyoroti hubungan terbalik dengan signifikansi statistik yang kuat.

4. Hipotesis 4

Hasil uji t memperlihatkan koefisien beta senilai 0,069, disertai nilai t senilai 3,400 dan tingkat signifikansi senilai 0,001. Angka-angka ini memperlihatkan hubungan yang signifikan secara statistik, yang memperlihatkan bahwasanya variabel yang dimaksud memiliki dampak positif dan bermakna dalam model. Nilai p yang rendah menegaskan kekokohan temuan ini, yang menyoroti pentingnya temuan ini dalam analisis keseluruhan.

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian

4.4.1 Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Pengungkapan *Corporate*

Social Responsibility

Hasil uji-t memperlihatkan nilai t terhitung senilai 2,901, yang melampaui nilai kritis senilai 1,97294. Selain itu, tingkat signifikansinya ialah 0,004, yang memperlihatkan perbedaan yang signifikan secara statistik. Maknanya, kita bisa dengan yakin menyimpulkan bahwasanya efek yang diamati tidak mungkin terjadi karena kebetulan, yang memperlihatkan adanya hubungan atau perbedaan yang berarti antara variabel yang diteliti.

Kinerja lingkungan ialah usaha yang dilaksanakan perusahaan dalam mengelola dampak operasionalnya terhadap lingkungan, termasuk pada pengurangan emisi, pengelolaan limbah, dan penerapan praktik berkelanjutan. Dalam keadaan ini, teori legitimasi menjelaskan bahwasanya perusahaan perlu memperoleh kepercayaan dan dukungan dari Masyarakat untuk bisa beroperasi secara berkelanjutan, Masyarakat cenderung menghargai perusahaan yang tidak hanya fokus pada laba, namun juga berkontribusi pada kesejahteraan sosial dan lingkungan.

Dalam lanskap bisnis cerdas saat ini, kinerja lingkungan memainkan peran penting dalam membentuk pengungkapan tanggung jawab sosial. Perusahaan yang memperlihatkan praktik pengelolaan lingkungan yang kuat dan menghasilkan dampak ekologis yang positif lebih cenderung berbagi upaya tanggung jawab sosial mereka secara transparan, yang mencerminkan komitmen holistik terhadap keberlanjutan dan kepercayaan pemangku kepentingan (Sarra & Alamsyah, 2021).

Hasil studi ini selaras dengan hasil studi yang dilaksanakan oleh Handayati (2017) dan Sarra & Alamsyah (2021) Dengan cara yang canggih dan sadar lingkungan, terbukti bahwasanya kinerja lingkungan yang kuat secara signifikan meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Dengan memperlihatkan komitmen sejati terhadap keberlanjutan, organisasi membangun kepercayaan publik, yang pada gilirannya memotivasi mereka untuk secara transparan berbagi inisiatif sosial dan lingkungan mereka, meningkatkan reputasi mereka secara keseluruhan. Namun berbeda dari studi yang dilaksanakan oleh Sukasih & Sugiyanto (2017) bahwasanya Kinerja lingkungan yang diukur dengan peringkat PROPER tidak berdampak signifikan terhadap pengungkapan CSR.

4.4.2 Pengaruh Media Exposure terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Hasil uji-t memperlihatkan nilai t terhitung senilai 7,612, yang secara signifikan melebihi nilai kritis senilai 1,97294. Keadaan ini memperlihatkan perbedaan statistik yang kuat antara kelompok yang dibandingkan. Lebih jauh, nilai p ditetapkan senilai 0,000, yang menandakan bahwasanya hasil yang diamati sangat signifikan dan tidak mungkin terjadi secara kebetulan.

Berlandaskan teori Legitimasi, Dalam lanskap yang dinamis saat ini, memenuhi kewajiban dan menumbuhkan citra positif ialah strategi penting yang secara signifikan meningkatkan liputan media. Pengungkapan lingkungan memainkan peran penting dalam proses ini dengan memperkuat legitimasi

perusahaan dan memperlihatkan komitmennya terhadap keberlanjutan. Seiring meningkatnya perhatian media, perusahaan termotivasi untuk secara konsisten memenuhi harapan sosial, menumbuhkan kepercayaan, dan memperkuat reputasi mereka sebagai organisasi yang bertanggung jawab dan berpikiran maju yang berdedikasi untuk memberikan dampak positif pada masyarakat dan lingkungan (Muliawati & Hariyati, 2021).

Hasil studi ini selaras dengan hasil studi yang dilaksanakan oleh Ramadhini et al. (2020) dan Tiono et al. (2022) menerangkan bahwasanya media exposure memberikan pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, keadaan ini disebabkan segala informasi yang disebarluaskan media bisa dengan mudah diakses melalui perangkat digital. Akibatnya, media bisa menyebabkan tekanan untuk pengungkapan CSR yang lebih luas. Namun berbeda dengan temuan dari Sarra & Alamsyah (2021) bahwasanya *media exposure* tidak berdampak terhadap pengungkapan CSR.

4.4.3 Pengaruh Dewan Komisaris Independen terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Uji t menghasilkan nilai t terhitung senilai -6,947, yang jauh lebih rendah dari nilai kritis senilai 1,97294. Ditambah dengan nilai p yang signifikan, hasil ini memperlihatkan perbedaan statistik yang kuat antara kelompok yang dibandingkan. Temuan tersebut memperlihatkan bahwasanya efek yang diamati tidak mungkin terjadi karena kebetulan, yang menyoroiti kekokohan analisis data dalam mendukung hipotesis penelitian.

Dalam pendekatan cerdas dan berwawasan ke depan terhadap tata kelola perusahaan, dewan komisaris independen memainkan peran penting dalam mengawasi aktivitas perusahaan dan membentuk transparansi, khususnya dalam pengungkapan CSR. Studi ini mengungkap wawasan penting: ada hubungan negatif yang signifikan antara jumlah komisaris independen dan tingkat pengungkapan CSR. Intinya, seiring meningkatnya independensi dewan, perusahaan cenderung mengurangi pelaporan CSR mereka. Tren ini

memperlihatkan bahwasanya independensi yang lebih besar secara tidak sengaja bisa menyebabkan berkurangnya transparansi dalam aktivitas CSR, yang menyoroti keseimbangan yang kompleks antara independensi dan keterbukaan dalam kerangka tata kelola perusahaan.

Keadaan ini bisa diakibatkan karena faktor seperti kurangnya korelasi antara dewan komisaris independen dengan bisnis atau hubungan pemangku kepentingan internal (Margareth & Murti, 2024). Akibatnya, komisaris independen memiliki keterbatasan melaksanakan intervensi pada proses pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kegiatan CSR. Selain itu, jumlah komisaris independen yang proporsional tidak selalu menjamin adanya pengendalian yang efektif, karena kinerja dan kemampuan komite independen ialah elemen yang sangat penting (Fadillah, 2017).

Hasil studi ini selaras dengan hasil studi yang dilaksanakan oleh (Tawaqal et al., 2022) menerangkan bahwasanya dewan komisaris yang dimiliki oleh perusahaan berdampak negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. dan studi ini tidak selaras dengan temuan studi yang dilaksanakan oleh Trisnadewi (2018) dan Damayanty et al. (2021) menyatakan bahwasanya Komisaris Independen berdampak positif terhadap pengungkapan CSR.

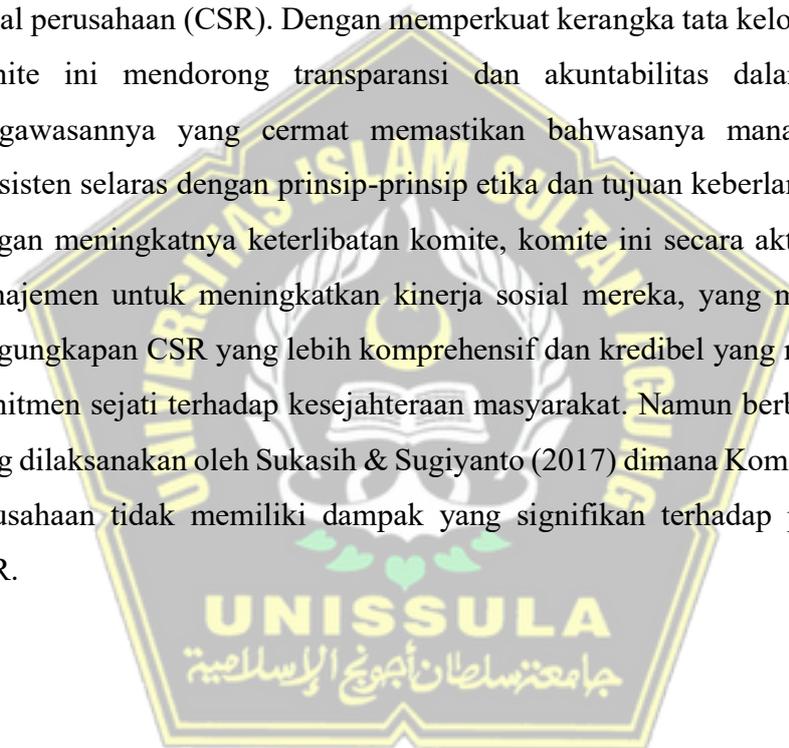
4.4.4 Pengaruh Komite Audit terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hasil uji-t memperlihatkan perbedaan yang signifikan antara kedua kelompok. Secara khusus, nilai-t yang dihitung (t-hitung) ialah 3,400, yang melampaui nilai-t kritis dari tabel (1,97294). Selain itu, nilai-p ialah 0,001, yang jelas di bawah ambang batas signifikansi konvensional. Keadaan ini memperlihatkan bukti kuat untuk menolak hipotesis nol, yang mengonfirmasi adanya efek atau hubungan yang bermakna dalam data.

Dengan cara yang cerdas dan strategis, komite audit bertindak sebagai penjaga penting integritas perusahaan. Komite ini menjamin keakuratan dan kredibilitas laporan keuangan, memperkuat pengawasan dan tata kelola, serta

mendukung inisiatif CSR yang transparan. Dengan memantau area-area ini secara tekun, komite ini menumbuhkan kepercayaan, akuntabilitas, dan pertumbuhan berkelanjutan, memastikan perusahaan menegakkan standar etikanya dan menjaga kepercayaan pemangku kepentingan dalam lingkungan bisnis yang dinamis (Azis et al., 2022).

Hasil studi ini selaras dengan hasil studi yang dilaksanakan oleh Dewi et al. (2021), Handayati (2017), dan Trisnadewi, (2018) Komite audit yang efektif memainkan peran penting dalam meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Dengan memperkuat kerangka tata kelola perusahaan, komite ini mendorong transparansi dan akuntabilitas dalam organisasi. Pengawasannya yang cermat memastikan bahwasanya manajemen secara konsisten selaras dengan prinsip-prinsip etika dan tujuan keberlanjutan. Seiring dengan meningkatnya keterlibatan komite, komite ini secara aktif memotivasi manajemen untuk meningkatkan kinerja sosial mereka, yang mengarah pada pengungkapan CSR yang lebih komprehensif dan kredibel yang mencerminkan komitmen sejati terhadap kesejahteraan masyarakat. Namun berbeda dari studi yang dilaksanakan oleh Sukasih & Sugiyanto (2017) dimana Komite audit dalam perusahaan tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap pengungkapan CSR.



BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Tujuan dilaksanakan studi ini ialah untuk mengetahui pengaruh variabel kinerja lingkungan, *media exposure*, dewan komisaris independen, dan komite audit pada pengungkapan corporate social responsibility. Berlandaskan hasil dan pengujian serta pembahasannya, maka bisa disimpulkan :

1. Kinerja lingkungan berdampak positif signifikan terhadap pengungkapan CSR, maka **hipotesis 1 diterima**. Kinerja lingkungan perusahaan yang ialah bentuk tanggungjawab perusahaan terhadap masyarakat, maka akan menciptakan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan dan mendorong perusahaan untuk melaksanakan pengungkapan CSR.
2. *Media exposure* berdampak positif signifikan terhadap pengungkapan CSR, maka **hipotesis 2 diterima**. Informasi yang disebarluaskan media bisa dengan mudah di akses melalui perangkat digital. Akibatnya, media bisa menyebabkan tekanan untuk pengungkapan CSR yang lebih luas.
3. Dewan komisaris independen berdampak negatif signifikan terhadap pengungkapan CSR, maka **hipotesis 3 ditolak**, Kurangnya korelasi antara dewan komisaris independen dengan bisnis atau hubungan pemangku kepentingan internal. Akibatnya, komisaris independen memiliki keterbatasan melaksanakan intervensi pada proses pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kegiatan CSR.
4. Komite audit berdampak positif signifikan terhadap pengungkapan CSR, maka **hipotesis 4 diterima**. Komite audit memainkan peran penting dalam membimbing dewan direksi untuk memastikan bahwa manajemen mematuhi prinsip dan standar etika yang ditetapkan. Selain itu, berbagai komite khusus memotivasi manajemen untuk meningkatkan inisiatif tanggung jawab sosial, menumbuhkan budaya akuntabilitas dan

pertumbuhan berkelanjutan yang menguntungkan semua pemangku kepentingan dan sejalan dengan visi jangka panjang organisasi.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Studi ini memiliki beberapa keterbatasan yakni:

1. Berdasarkan nilai Adjusted R^2 , diperoleh angka 0,444, menunjukkan variabel independen yakni Kinerja Lingkungan, Media Exposure, Dewan Komisaris Independen, dan Komite Audit, hanya berkontribusi dalam menghadirkan pengaruh senilai 44,4 % terhadap pengungkapan CSR. Sisanya, senilai 55,6 % dipengaruhi oleh variabel lainnya.
2. Pengukuran CSR berlandaskan scoring terhadap data kualitatif dalam laporan tahunan perusahaan bisa bersifat subjektif dari perspektif peneliti, memungkinkan adanya perbedaan akumulasi penilaian dengan peneliti lain sehingga hasil tidak bisa digeneralisasikan.
3. Pengukuran media exposure dilaksanakan dengan menghitung jumlah berita terkait perusahaan melalui mesin pencari google. Pendekatan ini tidak membedakan antara berita positif dan negatif serta tidak mengukur intensitas atau pengaruh langsung dari pemberitaan tersebut terhadap publik.

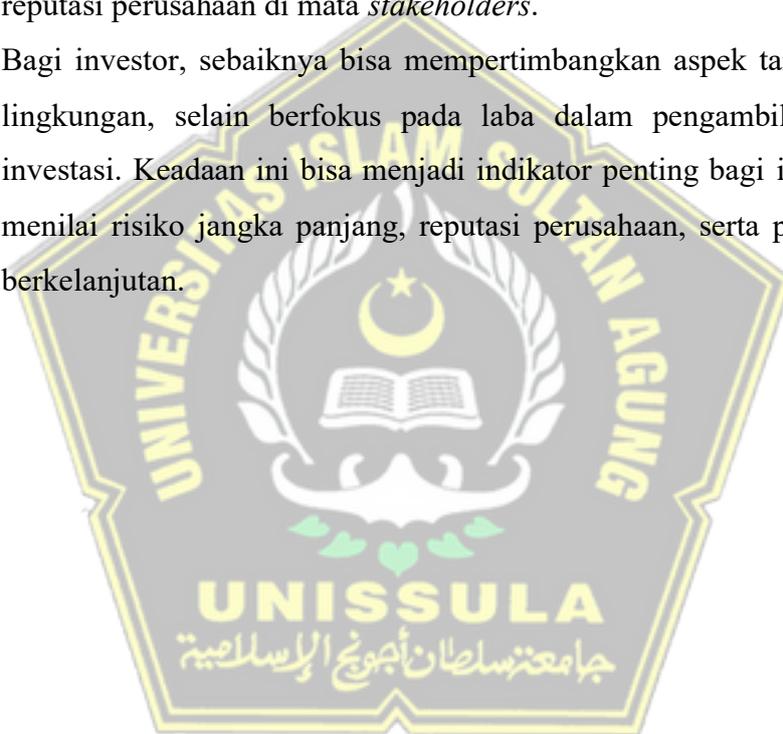
5.3 Saran

Berlandaskan hasil penelitian bisa diberikan saran yakni:

1. Bagi akademisi, penelitian mendatang bisa menambahkan variabel lainnya karena dalam studi ini variabel kinerja lingkungan, media exposure, dewan komisaris independen, dan komite audit hanya memiliki kontribusi 44,4% terhadap pengungkapan CSR. Variabel lain yang bisa dipakai seperti Pertumbuhan Perusahaan yang merujuk pada penelitian Yuliandhari & Wulandari (2024). Seiring dengan pertumbuhan perusahaan yang pesat, visibilitas dan pengawasan pemangku kepentingan meningkat, mendorong mereka untuk secara proaktif mengungkapkan lebih banyak tentang upaya tanggung jawab sosial perusahaan. Perhatian yang meningkat ini

memotivasi perusahaan yang sedang berkembang untuk menunjukkan transparansi dan komitmen terhadap inisiatif sosial dan lingkungan, yang menumbuhkan citra perusahaan yang positif.

2. Bagi Perusahaan, kualitas pelaporan CSR bisa ditingkatkan sesuai dengan standar pelaporan yang sudah dianjurkan secara internasional, seperti *Global Reporting Initiative (GRI Standards)*, Penerapan standar ini bisa membantu perusahaan dalam menyusun laporan yang lebih sistematis, komprehensif, dan bisa dibandingkan. Keadaan ini bisa meningkatkan reputasi perusahaan di mata *stakeholders*.
3. Bagi investor, sebaiknya bisa mempertimbangkan aspek tanggung jawab lingkungan, selain berfokus pada laba dalam pengambilan keputusan investasi. Keadaan ini bisa menjadi indikator penting bagi investor dalam menilai risiko jangka panjang, reputasi perusahaan, serta potensi kinerja berkelanjutan.



LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Indikator Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Menurut GRI Standards

GRI Indeks		Pengungkapan	
102	Pengungkapan umum	102-1	Nama organisasi
		102-2	Kegiatan, merek, produk, dan jasa
		102-3	Lokasi kantor pusat
		102-4	Lokasi operasi
		102-5	Kepemilikan dan bentuk hukum
		102-6	Pasar yang dilayani
		102-7	Skala organisasi
		102-8	Informasi mengenai karyawan dan pekerja lain
		102-9	Rantai pasokan
		102-10	Perubahan signifikan pada organisasi dan rantai pasokannya
		102-11	Pendekatan atau prinsip pencegahan
		102-12	Inisiatif eksternal
		102-13	Keanggotaan asosiasi
		102-14	Pernyataan dari pembuat keputusan senior
		102-15	Dampak utama, risiko, dan peluang
		102-16	Nilai, prinsip, standar, dan norma perilaku
		102-17	Mekanisme untuk saran dan kekhawatiran
		102-18	Struktur tata kelola
		102-19	Mendelegasikan wewenang
		102-20	Tanggung jawab tingkat eksekutif untuk topik ekonomi, lingkungan, dan sosial
		102-21	Berkonsultasi dengan para pemangku kepentingan mengenai topik-topik ekonomi, lingkungan, dan sosial
		102-22	Komposisi badan tata kelola tertinggi dan komitennya
		102-23	Ketua badan tata kelola tertinggi

GRI Indeks		Pengungkapan
	102-24	Menominasikan dan memilih badan tata kelola tertinggi
	102-25	Konflik kepentingan
	102-26	Peran badan tata kelola tertinggi dalam menetapkan tujuan, nilai-nilai, dan strategi
	102-27	Pengetahuan kolektif badan tata kelola tertinggi
	102-28	Mengevaluasi kinerja badan tata kelola tertinggi
	102-29	Mengidentifikasi dan mengelola dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial
	102-30	Keefektifan proses manajemen risiko
	102-31	Pengkajian topik ekonomi, lingkungan, dan sosial
	102-32	Peran badan tata kelola tertinggi dalam pelaporan keberlanjutan
	102-33	Mengomunikasikan hal-hal kritis
	102-34	Sifat dan jumlah total hal-hal kritis
	102-35	Kebijakan remunerasi
	102-36	Proses untuk menentukan remunerasi
	102-37	Keterlibatan para pemangku kepentingan dalam remunerasi
	102-38	Rasio kompensasi total tahunan
	102-39	Persentase kenaikan dalam total rasio kompensasi total tahunan
	102-40	Daftar kelompok pemangku kepentingan
	102-41	Perjanjian perundingan kolektif
	102-42	Mengidentifikasi dan memilih pemangku kepentingan
	102-43	Pendekatan terhadap keterlibatan pemangku kepentingan
	102-44	Topik utama dan masalah yang dikemukakan
	102-45	Entitas yang termasuk dalam laporan keuangan dikonsolidasi
	102-46	Menetapkan isi laporan dan batasan topik
	102-47	Daftar topik material
	102-48	Penyajian kembali informasi

GRI Indeks		Pengungkapan	
		102-49	Perubahan dalam pelaporan
		102-50	Periode pelaporan
		102-51	Tanggal laporan terbaru
		102-52	Siklus pelaporan
		102-53	Titik kontak untuk pertanyaan mengenai laporan
		102-54	Klaim bahwa pelaporan sesuai dengan standar GRI
		102-55	Indeks isi GRI
		102-56	Assurance oleh pihak eksternal
103	Pendekatan manajemen	103-1	Penjelasan topik material dan batasannya
		103-2	Pendekatan manajemen dan komponennya
		103-3	Evaluasi pendekatan manajemen
201	Kinerja ekonomi	201-1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan
		201-2	Implikasi finansial serta risiko dan peluang lain akibat dari perubahan iklim
		201-3	Kewajiban program pensiun manfaat pasti dan program pensiun lainnya
		201-4	Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah
202	Keberadaan pasar	202-1	Rasio standar upah karyawan entry-level berdasarkan jenis kelamin terhadap upah minimum regional
		202-2	Proporsi manajemen senior yang berasal dari masyarakat lokal
203	Dampak ekonomi tidak langsung	203-1	Investasi infrastruktur dan dukungan layanan
		203-2	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan
204	Praktik pengadaan	204-1	Proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal
205	Anti korupsi	205-1	Operasi-operasi yang dinilai memiliki risiko terkait korupsi
		205-2	Komunikasi dan pelatihan tentang kebijakan dan prosedur anti-korupsi
		205-3	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil

GRI Indeks			Pengungkapan
206	Perilaku anti persaingan	206-1	Langkah-langkah hukum untuk perilaku anti-persaingan, praktik anti-trust dan monopoli
207	Pajak	207-1	Pendekatan terhadap pajak
		207-2	Tata kelola, pengendalian, dan manajemen risiko pajak
		207-3	Keterlibatan pemangku kepentingan dan pengelolaan perhatian yang berkaitan dengan pajak
		207-4	Laporan per negara
301	Material	301-1	Material yang digunakan berdasarkan berat atau volume
		301-2	Material input dari daur ulang yang digunakan
		301-3	Produk reclaimed dan material kemasannya
302	Energi	302-1	Konsumsi energi dalam organisasi
		302-2	Konsumsi energi di luar organisasi
		302-3	Intensitas energi
		302-4	Pengurangan konsumsi energi
		302-5	Pengurangan pada energi yang dibutuhkan untuk produk dan jasa
303	Air dan Efluen	303-1	Interaksi dengan air sebagai sumber daya bersama
		303-2	Manajemen dampak yang berkaitan dengan pembuangan air
		303-3	Pengambilan air
		303-4	Pembuangan air
		303-5	Konsumsi air
304	Keanekaragaman hayati	304-1	Lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola, atau berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung
		304-2	Dampak signifikan dari kegiatan, produk, dan jasa pada keanekaragaman hayati
		304-3	Habitat yang dilindungi atau direstorasi

GRI Indeks		Pengungkapan	
		304-4	Spesies daftar merah IUCN dan spesies daftar konservasi nasional dengan habitat dalam wilayah yang terkena efek operasi
305	Emisi	305-1	Emisi GRK (cakupan 1) langsung
		305-2	Emisi energi GRK (cakupan 2) tidak langsung
		305-3	Emisi GRK (cakupan 3) tidak langsung lainnya
		305-4	Intensitas emisi GRK
		305-5	Pengurangan emisi GRK
		305-6	Emisi zat perusak ozon (ODS)
		305-7	Nitrogen oksida (Nox), sulfur oksida (Sox), dan emisi udara yang signifikan lainnya
306	Air limbah (efluen) dan limbah	306-1	Pelepasan air berdasarkan kualitas dan tujuan
		306-2	Limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
		306-3	Tumpahan yang signifikan
		306-4	Pengangkutan limbah berbahaya
		306-5	Badan air yang dipengaruhi oleh pelepasan dan/ atau limpahan air
307	Kepatuhan lingkungan	307-1	Ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan tentang lingkungan hidup
308	Penilaian lingkungan pemasok	308-1	Seleksi pemasok baru dengan menggunakan kriteria lingkungan
		308-2	Dampak lingkungan negatif dalam rantai pasokan dan tindakan yang telah diambil
401	Kepegawaian	401-1	Perekrutan karyawan baru dan pergantian karyawan
		401-2	Tunjangan yang diberikan kepada karyawan purnawaktu yang tidak diberikan kepada karyawan sementara atau paruh waktu
		401-3	Cuti melahirkan
402	Hubungan tenaga kerja/ manajemen	402-1	Periode pemberitahuan minimum terkait perubahan operasional

GRI Indeks		Pengungkapan	
403	Kesehatan dan keselamatan kerja	403-1	Sistem manajemen keselamatan dan kesehatan kerja
		403-2	Identifikasi bahaya, penilaian risiko, dan investigasi insiden
		403-3	Layanan kesehatan kerja
		403-4	Pertisipasi, konsultasi, dan komunikasi pekerja tentang keselamatan dan kesehatan kerja
		403-5	Pelatihan bagi pekerja mengenai keselamatan dan kesehatan kerja
		403-6	Peningkatan kualitas kesehatan pekerja
		403-7	Pencegahan dan mitigasi dampak dari keselamatan dan kesehatan kerja yang secara langsung terkait hubungan bisnis
		403-8	Pekerja yang tercakup dalam sistem manajemen keselamatan dan kesehatan kerja
		403-9	Kecelakaan kerja
		403-10	Penyakit akibat kerja
404	Pelatihan dan pendidikan	404-1	Rata-rata jam pelatihan per tahun per karyawan
		404-2	Program untuk meningkatkan keterampilan karyawan dan program bantuan peralihan
		404-3	Persentase karyawan yang menerima tinjauan rutin terhadap kinerja dan pengembangan karier
405	Keanekaragaman dan kesempatan setara	405-1	Keanekaragaman badan tata kelola dan karyawan
		405-2	Rasio gaji pokok dan remunerasi perempuan dibandingkan laki-laki
406	Non-diskriminasi	406-1	Insiden diskriminasi dan tindakan perbaikan yang dilakukan
407	Kebebasan berserikat dan perundingan kolektif	407-1	Operasi dan pemasok dimana hak atas kebebasan berserikat dan perundingan kolektif mungkin berisiko

GRI Indeks			Pengungkapan
408	Pekerja anak	408-1	Operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden pekerja anak
409	Kerja paksa atau wajib kerja	409-1	Operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden kerja paksa atau wajib kerja
410	Praktik keamanan	410-1	Petugas keamanan yang dilatih mengenai kebijakan atau prosedur hak asasi manusia
411	Hak-hak masyarakat adat	411-1	Insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat
412	Penilaian hak asasi manusia	412-1	Operasi-operasi yang telah melewati tinjauan hak asasi manusia atau penilaian dampak
		412-2	Pelatihan karyawan mengenai kebijakan atau prosedur hak asasi manusia
		412-3	Perjanjian dan kontrak investasi signifikan yang memasukkan klausul-klausul hak asasi manusia atau yang telah melalui penyaringan hak asasi manusia
413	Masyarakat lokal	413-1	Operasi dengan keterlibatan masyarakat lokal, penilaian dampak, dan program pengembangan
		413-2	Operasi yang secara aktual dan yang berpotensi memiliki dampak negatif signifikan terhadap masyarakat lokal
414	Penilaian sosial pemasok	414-1	Seleksi pemasok baru dengan menggunakan kriteria sosial
		414-2	Dampak sosial negatif dalam rantai pasokan dan tindakan yang telah diambil
415	Kebijakan publik	415-1	Kontribusi politik
416	Kesehatan dan keselamatan pelanggan	416-1	Penilaian dampak kesehatan dan keselamatan dari berbagai kategori produk dan jasa
		416-2	Insiden ketidakpatuhan sehubungan dengan dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa
417	Pemasaran dan pelabelan	417-1	Persyaratan untuk pelabelan dan informasi produk dan jasa

GRI Indeks			Pengungkapan
		417-2	Insiden ketidakpatuhan terkait pelabelan dan informasi produk dan jasa
		417-3	Insiden ketidakpatuhan terkait komunikasi pemasaran
418	Privasi pelanggan	418-1	Pengaduan yang berdasar mengenai pelanggaran terhadap privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan
419	Kepatuhan sosial ekonomi	419-1	Ketidak patuhan terhadap undang-undang dan peraturan di bidang sosial dan ekonomi

Lampiran 2 Daftar Tabulasi Data

NO	KODE	TAHUN	KL	ME	DKI	KA	CSR
1	ADES	2021	3	0	0,333333333	3	0,337837838
2	AGII	2021	2	6	0,333333333	3	0,358108108
3	AISA	2021	3	0	0,4	3	0,472972973
4	ALMI	2021	3	0	0,333333333	3	0,277027027
5	AMFG	2021	4	0	0,333333333	3	0,243243243
6	APLI	2021	2	0	0,5	3	0,445945946
7	ARGO	2021	3	1	0,333333333	3	0,263513514
8	ASII	2021	3	30	0,4	3	0,5
9	AUTO	2021	3	15	0,375	3	0,324324324
10	BAJA	2021	2	4	0,333333333	3	0,304054054
11	BOLT	2021	3	0	0,333333333	3	0,405405405
12	BRAM	2021	2	2	0,4	3	0,459459459
13	CAMP	2021	3	1	0,333333333	3	0,486486486
14	CEKA	2021	3	0	0,5	3	0,182432432
15	CNTB	2021	2	0	0,333333333	3	0,358108108
16	DLTA	2021	3	1	0,4	3	0,22972973
17	DMND	2021	3	1	0,6	3	0,459459459
18	FOOD	2021	3	0	0,333333333	3	0,324324324
19	GDST	2021	3	0	0,333333333	3	0,459459459
20	GGRM	2021	3	1	0,5	3	0,209459459
21	GJTL	2021	3	15	0,4	3	0,635135135
22	HMSP	2021	4	0	0,5	3	0,331081081
23	ICBP	2021	4	0	0,5	3	0,533783784

24	IFII	2021	3	0	0,333333333	3	0,412162162
25	IMAS	2021	3	0	0,5	3	0,22972973
26	INAI	2021	3	0	0,333333333	3	0,310810811
27	INCI	2021	2	0	0,5	3	0,378378378
28	INDF	2021	3	4	0,375	3	0,587837838
29	INDS	2021	3	0	0,5	3	0,209459459
30	INTP	2021	4	9	0,428571429	3	0,608108108
31	ISSP	2021	3	1	0,5	3	0,27027027
32	ITIC	2021	3	0	0,5	3	0,27027027
33	JPFA	2021	3	3	0,333333333	3	0,662162162
34	KAEF	2021	3	3	0,428571429	4	0,493243243
35	KBLI	2021	3	0	0,6	3	0,331081081
36	KBLM	2021	2	0	0,5	3	0,304054054
37	KINO	2021	3	1	0,5	3	0,364864865
38	KLBF	2021	5	3	0,428571429	3	0,560810811
39	MAIN	2021	3	0	0,6	5	0,378378378
40	MBTO	2021	3	0	0,333333333	2	0,277027027
41	MDKI	2021	2	0	0,4	3	0,317567568
42	MERK	2021	3	1	0,5	3	0,459459459
43	MLBI	2021	3	6	0,5	3	0,52027027
44	MOLI	2021	3	0	0,333333333	3	0,371621622
45	MRAT	2021	3	2	0,333333333	2	0,398648649
46	MYOR	2021	3	15	0,5	3	0,432432432
47	MYTX	2021	3	1	0,333333333	3	0,364864865
48	PEHA	2021	3	1	0,5	3	0,25
49	ROTI	2021	3	0	0,333333333	3	0,452702703
50	SCCO	2021	3	0	0,5	3	0,263513514
51	SIDO	2021	4	9	0,5	3	0,459459459
52	SKLT	2021	3	3	0,333333333	3	0,459459459
53	SMBR	2021	3	4	0,5	3	0,527027027
54	SMCB	2021	4	19	0,25	3	0,567567568
55	SMGR	2021	4	22	0,285714286	4	0,608108108
56	SPMA	2021	3	0	0,75	3	0,256756757
57	SRSN	2021	3	0	0,333333333	3	0,398648649
58	TOTO	2021	3	1	0,4	3	0,310810811
59	UCID	2021	3	4	0,4	3	0,344594595
60	ULTJ	2021	3	0	0,25	2	0,331081081
61	UNVR	2021	3	27	0,714285714	3	0,52027027
62	VOKS	2021	3	0	0,285714286	3	0,459459459
63	WSBP	2021	2	0	0,4	3	0,439189189
64	ADES	2022	3	0	0,333333333	3	0,297297297

65	AGII	2022	2	4	0,333333333	3	0,371621622
66	AISA	2022	3	0	0,4	3	0,695945946
67	ALMI	2022	3	0	0,333333333	3	0,290540541
68	AMFG	2022	4	1	0,333333333	3	0,256756757
69	APLI	2022	2	0	0,333333333	3	0,445945946
70	ARGO	2022	3	0	0,333333333	3	0,277027027
71	ASII	2022	3	24	0,4	3	0,72972973
72	AUTO	2022	3	14	0,375	3	0,344594595
73	BAJA	2022	2	0	0,5	3	0,317567568
74	BOLT	2022	3	0	0,333333333	3	0,418918919
75	BRAM	2022	3	0	0,4	3	0,506756757
76	CAMP	2022	3	1	0,5	3	0,567567568
77	CEKA	2022	3	2	0,5	3	0,648648649
78	CNTB	2022	2	1	0,333333333	3	0,371621622
79	DLTA	2022	3	0	0,4	3	0,297297297
80	DMND	2022	3	2	0,6	3	0,452702703
81	FOOD	2022	3	1	0,333333333	3	0,351351351
82	GDST	2022	3	0	0,666666667	3	0,594594595
83	GGRM	2022	3	3	0,5	3	0,222972973
84	GJTL	2022	3	13	0,285714286	3	0,52027027
85	HMSP	2022	4	3	0,5	3	0,560810811
86	ICBP	2022	3	5	0,5	3	0,655405405
87	IFII	2022	3	1	0,333333333	3	0,425675676
88	IMAS	2022	3	0	0,5	3	0,256756757
89	INAI	2022	3	0	0,333333333	3	0,331081081
90	INCI	2022	2	0	0,5	3	0,445945946
91	INDF	2022	3	11	0,375	3	0,608108108
92	INDS	2022	3	0	0,666666667	3	0,25
93	INTP	2022	4	14	0,428571429	3	0,614864865
94	ISSP	2022	3	0	0,4	3	0,317567568
95	ITIC	2022	3	0	0,5	3	0,317567568
96	JPFA	2022	3	1	0,5	3	0,641891892
97	KAEF	2022	3	2	0,285714286	4	0,493243243
98	KBLI	2022	3	0	0,4	3	0,358108108
99	KBLM	2022	3	0	0,5	3	0,351351351
100	KINO	2022	3	0	0,333333333	3	0,391891892
101	KLBF	2022	5	3	0,428571429	3	0,682432432
102	MAIN	2022	3	1	0,6	5	0,459459459
103	MBTO	2022	3	0	0,333333333	2	0,297297297
104	MDKI	2022	2	0	0,4	3	0,364864865
105	MERK	2022	3	0	0,5	3	0,472972973

106	MLBI	2022	3	4	0,5	3	0,533783784
107	MOLI	2022	3	0	0,333333333	3	0,5
108	MRAT	2022	3	0	0,333333333	2	0,418918919
109	MYOR	2022	3	5	0,4	3	0,452702703
110	MYTX	2022	3	0	0,333333333	3	0,364864865
111	PEHA	2022	3	1	0,5	3	0,277027027
112	ROTI	2022	3	0	0,333333333	3	0,52027027
113	SCCO	2022	3	0	0,5	3	0,317567568
114	SIDO	2022	4	10	0,5	3	0,608108108
115	SKLT	2022	3	1	0,333333333	3	0,263513514
116	SMBR	2022	3	5	0,5	3	0,47972973
117	SMCB	2022	5	16	0,25	3	0,675675676
118	SMGR	2022	5	27	0,285714286	3	0,709459459
119	SPMA	2022	3	1	0,75	3	0,243243243
120	SRSN	2022	3	0	0,333333333	3	0,378378378
121	TOTO	2022	3	1	0,4	3	0,337837838
122	UCID	2022	3	6	0,4	3	0,351351351
123	ULTJ	2022	3	0	0,333333333	2	0,290540541
124	UNVR	2022	3	25	0,833333333	3	0,675675676
125	VOKS	2022	3	0	0,428571429	3	0,621621622
126	WSBP	2022	3	0	0,5	3	0,358108108
127	ADES	2023	3	1	0,5	3	0,344594595
128	AGII	2023	3	2	0,333333333	3	0,385135135
129	AISA	2023	3	0	0,5	3	0,790540541
130	ALMI	2023	3	0	0,333333333	3	0,324324324
131	AMFG	2023	4	0	0,333333333	3	0,277027027
132	APLI	2023	2	0	0,333333333	3	0,439189189
133	ARGO	2023	3	0	0,25	3	0,317567568
134	ASII	2023	3	27	0,4	3	0,689189189
135	AUTO	2023	3	25	0,375	3	0,344594595
136	BAJA	2023	2	0	0,5	3	0,358108108
137	BOLT	2023	3	1	0,333333333	3	0,445945946
138	BRAM	2023	3	1	0,4	3	0,466216216
139	CAMP	2023	3	0	0,5	3	0,506756757
140	CEKA	2023	3	0	0,666666667	3	0,668918919
141	CNTB	2023	2	0	0,333333333	3	0,405405405
142	DLTA	2023	3	2	0,4	3	0,304054054
143	DMND	2023	3	1	0,8	3	0,459459459
144	FOOD	2023	3	1	0,333333333	3	0,378378378
145	GDST	2023	3	0	0,333333333	3	0,560810811
146	GGRM	2023	3	5	0,5	3	0,256756757

147	GJTL	2023	3	4	0,285714286	4	0,547297297
148	HMSP	2023	4	1	0,5	3	0,668918919
149	ICBP	2023	3	9	0,4	3	0,608108108
150	IFII	2023	3	0	0,333333333	3	0,432432432
151	IMAS	2023	3	0	0,5	3	0,283783784
152	INAI	2023	3	0	0,5	3	0,344594595
153	INCI	2023	2	0	0,333333333	3	0,445945946
154	INDF	2023	3	20	0,375	3	0,621621622
155	INDS	2023	3	0	0,666666667	3	0,290540541
156	INTP	2023	4	23	0,428571429	3	0,695945946
157	ISSP	2023	3	1	0,75	3	0,344594595
158	ITIC	2023	3	0	0,5	3	0,358108108
159	JPFA	2023	3	3	0,5	3	0,716216216
160	KAEF	2023	3	5	0,285714286	4	0,756756757
161	KBLI	2023	3	0	0,4	3	0,378378378
162	KBLM	2023	3	0	0,333333333	3	0,364864865
163	KINO	2023	3	3	0,333333333	3	0,412162162
164	KLBF	2023	5	10	0,333333333	3	0,716216216
165	MAIN	2023	3	0	0,6	5	0,486486486
166	MBTO	2023	3	0	0,333333333	2	0,304054054
167	MDKI	2023	2	0	0,4	3	0,364864865
168	MERK	2023	3	1	0,5	3	0,493243243
169	MLBI	2023	3	2	0,4	3	0,547297297
170	MOLI	2023	3	0	0,333333333	3	0,506756757
171	MRAT	2023	3	3	0,333333333	2	0,452702703
172	MYOR	2023	3	14	0,4	3	0,466216216
173	MYTX	2023	3	0	0,333333333	3	0,371621622
174	PEHA	2023	3	2	0,5	3	0,297297297
175	ROTI	2023	3	1	0,333333333	3	0,398648649
176	SCCO	2023	3	0	0,5	3	0,317567568
177	SIDO	2023	4	13	0,4	3	0,722972973
178	SKLT	2023	3	0	0,333333333	3	0,277027027
179	SMBR	2023	4	10	0,75	4	0,47972973
180	SMCB	2023	4	27	0,25	3	0,72972973
181	SMGR	2023	5	27	0,571428571	4	0,641891892
182	SPMA	2023	3	0	0,75	3	0,297297297
183	SRSN	2023	3	1	0,333333333	3	0,398648649
184	TOTO	2023	3	2	0,4	3	0,351351351
185	UCID	2023	3	10	0,4	3	0,371621622
186	ULTJ	2023	3	0	0,333333333	2	0,351351351
187	UNVR	2023	3	25	0,833333333	3	0,797297297

188	VOKS	2023	3	0	0,428571429	3	0,310810811
189	WSBP	2023	3	1	0,6	3	0,574324324

Lampiran 3 Hasil Output SPSS

1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Statistics

	Kinerja Lingkungan	Media Exposure	Komisaris Independen	Komite Audit	CSR
N Valid	189	189	189	189	189
Missing	0	0	0	0	0
Mean	3.0476	3.7513	.4284	3.0212	.4309
Median	3.0000	1.0000	.4000	3.0000	.3986
Std. Deviation	.56762	7.01037	.11936	.38534	.14014
Minimum	2.00	.00	.25	2.00	.18
Maximum	5.00	30.00	.83	5.00	.80

2. Hasil Uji Komolgorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		189
Normal Parameters^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.11619090
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.061
	Negative	-.030
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.087^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

3. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta		Sig.	Tolerance
1(Constant)	.136	.083		1.640	.103	
Kinerja Lingkungan	.045	.016	.183	2.769	.006	.854
Media Exposure	.009	.001	.437	6.590	.000	.851
Komisaris Independen	-.011	.074	-.009	-.143	.886	.952
Komite Audit	.043	.023	.117	1.861	.064	.940

a. Dependent Variable: CSR



4. Hasil Uji Heterokedasitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1(Constant)	.049	.045		1.082	.281		
Kinerja Lingkungan	.013	.009	.117	1.486	.139	.854	1.171
Media Exposure	.001	.001	.083	1.062	.289	.851	1.174
Komite Audit	-.009	.013	-.054	-.724	.470	.949	1.054
Komisaris Independen	.035	.036	.072	.973	.332	.961	1.040

a. Dependent Variable: abs_res1

5. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.675 ^a	.455	.444	.10454	2.060

a. Predictors: (Constant), Komisaris Independen, Kinerja Lingkungan, Komite Audit, Media Exposure

b. Dependent Variable: CSR

6. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.681	4	.420	38.458	.000 ^b
	Residual	2.011	184	.011		
	Total	3.692	188			

a. Dependent Variable: CSR

b. Predictors: (Constant), X3.1, Kinerja Lingkungan, Komite Audit, Media Exposure

7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.675 ^a	.455	.444	.10454	2.060

a. Predictors: (Constant), Komisararis Independen, Kinerja Lingkungan, Komite Audit, Media Exposure

b. Dependent Variable: CSR

8. Hasil Uji t (test)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1(Constant)	.234	.073		3.194	.002		
Kinerja Lingkungan	.042	.015	.171	2.901	.004	.854	1.171
Media Exposure	.009	.001	.449	7.612	.000	.851	1.174
Komite Audit	.069	.020	.190	3.400	.001	.949	1.054
Komisaris Independen	-.407	.059	-.386	-6.947	.000	.961	1.040

a. Dependent Variable: CSR

Lampiran 4 Tabel Persentase Distribusi t

df	Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
		0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
161	0.67602	1.28683	1.65437	1.97481	2.34973	2.60671	3.14162	
162	0.67601	1.28680	1.65431	1.97472	2.34959	2.60652	3.14130	
163	0.67600	1.28677	1.65426	1.97462	2.34944	2.60633	3.14098	
164	0.67599	1.28673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60614	3.14067	
165	0.67598	1.28670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60595	3.14036	
166	0.67597	1.28667	1.65408	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005	
167	0.67596	1.28664	1.65403	1.97427	2.34888	2.60559	3.13975	
168	0.67595	1.28661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945	
169	0.67594	1.28658	1.65392	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915	
170	0.67594	1.28655	1.65387	1.97402	2.34848	2.60506	3.13886	
171	0.67593	1.28652	1.65381	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857	
172	0.67592	1.28649	1.65376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829	

173	0.67591	1.28646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.28644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.28641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.28638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13718
177	0.67588	1.28635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13691
178	0.67587	1.28633	1.65346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.28630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13638
180	0.67586	1.28627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
181	0.67585	1.28625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.28622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.28619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
184	0.67583	1.28617	1.65318	1.97294	2.34678	2.60281	3.13511
185	0.67582	1.28614	1.65313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
186	0.67581	1.28612	1.65309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
187	0.67580	1.28610	1.65304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438
188	0.67580	1.28607	1.65300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
189	0.67579	1.28605	1.65296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
190	0.67578	1.28602	1.65291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13368
191	0.67578	1.28600	1.65287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
192	0.67577	1.28598	1.65283	1.97240	2.34593	2.60168	3.13322
193	0.67576	1.28595	1.65279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
194	0.67576	1.28593	1.65275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277
195	0.67575	1.28591	1.65271	1.97220	2.34562	2.60128	3.13255
196	0.67574	1.28589	1.65267	1.97214	2.34552	2.60115	3.13233
197	0.67574	1.28586	1.65263	1.97208	2.34543	2.60102	3.13212
198	0.67573	1.28584	1.65259	1.97202	2.34533	2.60089	3.13190
199	0.67572	1.28582	1.65255	1.97196	2.34523	2.60076	3.13169
200	0.67572	1.28580	1.65251	1.97190	2.34514	2.60063	3.13148

DAFTAR PUSTAKA

- Alfariz, R., & Widiastuti, H. (2021). The Influence of Media Exposure, Managerial Ownership, and the Indonesia Sustainability Reporting Award on Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure. *Proceedings of the 4th International Conference on Sustainable Innovation 2020-Accounting and Management (ICoSIAMS 2020)*, 176(ICoSIAMS 2020), 259–266. <https://doi.org/10.2991/aer.k.210121.036>
- Andrean Agasva, B., & Budiantoro, H. (2020). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2014-2017). *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)*, 5(1), 33–53. <https://doi.org/10.33476/j.e.b.a.v5i1.1403>
- Aurora L, T., Rehanil A, D., & Solikhin, A. (2021). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Akuntansi & Keuangan Unja*, 6(1), 10–17. <https://doi.org/10.22437/jaku.v6i1.13165>
- Azis, D. A., Alam, S., Ikhtiari, K., & Tenriwaru. (2022). Pengaruh Earning Management dan Struktur Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur. *Center of Economic Students Journal*, 5(3), 188–198. <https://doi.org/10.56750/csej.v5i3.454>
- Breliastiti, R., Putri, S., & Valentina, S. (2020). Penerapan Gcg Dan Dampaknya Pada Csr (Perusahaan Pemenang Igc – Asean Cg Scorecard). *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 13(2), 66–77. <https://doi.org/10.30813/jab.v13i2.2207>
- Damayanty, P.-, Prihanto, H., & Fairuzzaman, F. (2021). Pengaruh Good Corporate Governance, Kepemilikan Saham Publik Dan Profitabilitas Terhadap Tingkat Pengungkapan Corporate Sosial Responsibility. *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(2), 1. <https://doi.org/10.35906/jep.v7i2.862>
- Darwin, A. (2004). Corporate Social Responsibility (CSR), Standards & Reporting. In *Seminar Nasional Universitas Katolik Soegijapranata*.
- Deegan, C. (2002). Introduction: The legitimising effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 282–311. <https://doi.org/10.1108/09513570210435852>
- Dewi, N. K. D. S., Merawati, L. K., & Tandio, D. R. (2021). Pengaruh Struktur Kepemilikan, Komite Audit, Profil Perusahaan, dan Rasio Aktivitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Kharisma*, 3(1), 173–184.
- Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). Organizational legitimacy: Social values and

- organizational behavior. *Sociological Perspectives*, 18(1), 122–136. <https://doi.org/10.2307/1388226>
- Effendi, A. (2022). *the Power of Good Corporate Governance Teori dan Implementasinya Ed 2*. Penerbit Salemba Empat.
- Fadillah, A. R. (2017). Analisis Pengaruh Dewan Komisaris Independen, Kepemilikan Manajerial Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Kinerja Perusahaan Yang Terdaftar Di Lq45. *Jurnal Akuntansi*, 12(1), 37–52. <https://doi.org/10.37058/jak.v12i1.294>
- Garhadi, G. Y., Lestari, R., & Rosdiana, Y. (2018). Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure pada Perusahaan Manufaktur Barang Konsumsi yang Terdaftar di. *Prosiding Akuntansi*, Vol.4(No.2), 2014–2018.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariete SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Global Sustainability Standards Board*. (2018). GRI Standards 2018.
- Global Sustainability Standards Board*. (2019). GRI 207: Pajak.
- Global Sustainability Standards Board*. (2016). GRI Standards 2016.
- Habib Siregar, F., Syahyunan, S., & Miraza, Z. (2022). Kinerja Lingkungan, Biaya Lingkungan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening. *Inovatif: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital Dan Kewirausahaan*, 1(2), 187–205. <https://doi.org/10.55983/inov.v1i2.114>
- Handayati, P. (2017). Analisis Kinerja Lingkungan Dan Mekanisme Gcg Terhadap Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial. *Jurnal Akuntansi Aktual*, 4(1), 58–68. <https://doi.org/10.17977/um004v4i12017p058>
- Kholifah, S. (2022). Pengaruh Kinerja Lingkungan, Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan Corporate Social responsibility. *Maksimum*, 12(1), 64. <https://doi.org/10.26714/mki.12.1.2022.64-76>
- Kurnia, W. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dalam Laporan Tahunan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.
- Kustina, T. (2020). Pengaruh Kinerja Lingkungan, Sensitivitas Industri, Dan Ukuran Perusahaan, Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Di Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 12(1), 113–125. <https://doi.org/10.22225/kr.12.1.1865.113-125>
- Laporan Komite Cadbury. (1992). *The Financial Aspect of Corporate Governance*.

- Lara, R. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Volume Perdagangan (Studi Pada Perusahaan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019). *Sains Akuntansi Dan Keuangan*, 1(3), 180–188. <https://sak.akademimanajemen.or.id/>
- Latifah, S. W., & Novitasari, F. (2021). The Effect of Earning Management on Firm Value and Good Corporate Governance as a Moderating Variable. *Advances in Economics, Business and Management Research*, Volume 173, 173(2).
- Leksono, A., & Butar, S. (2018). Pengaruh Good Corporate Governance dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 16, 130. <https://doi.org/10.24167/jab.v16i2.1696>
- Margareth, A., & Murti, G. T. (2024). Pengaruh Dewan Komisaris Independen , Komite Audit , Public Ownership , Dan Risk Minimization Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Kasus pada Perusahaan Industri Primer yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022). 11(4), 4002–4010.
- Muliawati, A. R., & Hariyati, H. (2021). Pengaruh Koneksi Politik Dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 11(1), 72–81. <https://doi.org/10.37859/jae.v11i1.2509>
- Nurastikha, N. (2019). Pengaruh Dimensi Good Corporate Governance terhadap Kinerja Keuangan (Studi pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(2), 1–18.
- Pangestika, S., & Widiastuti, H. (2017). Pengaruh Media Exposure dan Kepemilikan Asing Terhadap Corporate Social Responsibility Expenditure dan Corporate Social Responsibility Disclosure (Studi Empiris pada Seluruh Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016). *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 1(1), 78–89. <https://doi.org/10.18196/rab.010108>
- Pertiwi, D. E., & Husaini, H. (2021). Ukuran Komite Komite Audit Dan Penerapan Manajemen Risiko. *Jurnal Fairness*, 7(3), 169–180. <https://doi.org/10.33369/fairness.v7i3.15180>
- POJK.03/2016, P. O. J. K. N. 55. (2016). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 55 /POJK.03/2016 Tentang Penerapan Tata Kelola Bagi Bank Umum. *POJK Nomor 55/POJK.03/2016*, 1–31. <https://ojk.go.id/id/regulasi/Documents/Pages/POJK-tentang-Penerapan-Tata-Kelola-bagi-Bank-Umum/POJK-55-2016-Tata-Kelola-bank-umum.pdf>
- POJK.04/2015. (2015). POJK No 55 /POJK.04/2015 Tentang Pembentukan Dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit. *Ojk.Go.Id*, 1–29. <http://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/regulasi/lembaga-keuangan-mikro/peraturan-ojk/Documents/SAL-POJK-PERIZINAN-FINAL-F.pdf>

- Puspitaningrum, H. Y., & Indriani, A. (2021). Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dan Good Corporate Governance Terhadap Profitabilitas Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Dan Leverage Sebagai Variabel Control. *Diponegoro Journal of Management*, Volume 10,(2337–3792), 1–5.
- Rahman, B., & Cheisviyanny, C. (2020). Pengaruh Kualitas Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Gender Dewan Direksi, dan Gender Dewan Komisaris Terhadap Tax Aggressive (Studi Empiris Perusahaan Yang Menerbitkan Laporan Keberlanjutan Dan Terdaftar di BEI Tahun 2015-2018). *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 2, 2740–2756.
- Ramadhini, A., Adhariani, D., & Djakman, C. D. (2020). The effects of external stakeholder pressure on CSR disclosure: Evidence from Indonesia. *DLSU Business and Economics Review*, 29(2), 29–39.
- Santo, G. I., & Rahayuningsih, D. A. (2022). Karakteristik Perusahaan Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 24(1), 171–184. <http://jurnaltsm.id/index.php/JBA>
- Sarra, H. D., & Alamsyah, S. (2021). Pengaruh Kinerja Lingkungan, Citra Perusahaan dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan CSR. *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin (SinaMu)*, 2, 410–417. <https://doi.org/10.31000/sinamu.v2i0.3577>
- Subarnas, D., & Gunawan, Y. (2019). Effect of Good Corporate Governance on Profitability. *Journal of Auditing, Finance, and Forensic Accounting*, 7(2), 90–96. <https://doi.org/10.21107/jaffa.v7i2.6721>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- 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>
- Supadi, Y. M., & Sudana, I. P. (2018). Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Sektor Pertambangan. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 4, 1165. <https://doi.org/10.24843/eeb.2018.v07.i04.p09>
- Tawaqal, P., Baeha, Z., & Safrida, E. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Dewan Komisaris Independen Dan Komite Audit Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan*, 3(2), 607–625.
- Tiono, V. A., Wijaya, H., & Merida, P. D. (2022). Pengaruh Slack Resources, Media Exposure Dan Sensitivitas Industri Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 11(1), 48–57. <https://doi.org/10.33508/jima.v11i1.3977>

- Trisnadewi, N. K. A. (2018). Pengaruh Dewan Komisaris Independen Dan Komite Audit Terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2016. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 107–115.
- Ummah, S., & Dwi, E. A. N. (2024). Keberadaan Komisaris Independen dalam Menerapkan Good Corporate Governance pada Perseroan Terbatas. *Jurnal Hukum Dan Sosial Politik*, 2(1), 166–175. <https://doi.org/10.59581/jhsp-widyakarya.v2i1.2116>
- Wicaksono, D. P. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Yang Dimediasi Oleh Reputasi Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 53(9), 1689–1699.
- Widiastuti, H. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, Growth, dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2015). *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 3, 107. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v3i2.6745>
- Yuliandhari, W. S., & Wulandari, N. K. (2024). Pengaruh Corporate Governance, Pertumbuhan Perusahaan, dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Owner*, 8(1), 483–491. <https://doi.org/10.33395/owner.v8i1.1878>
- Yusri, A. Z. dan D. (2020). Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Pengungkapan Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 809–820.

