

Pengaruh *Media Exposure*, Profitabilitas, ISO 14001 dan *Slack Resources* Terhadap Pengungkapan CSR Dimoderasi Kepemilikan Institusional

Emilia Nur Hidayah¹, Saiful Anwar²

Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Email : saiful.ak@upnjatim.ac.id

Article History:

Received: 27 Maret 2023

Revised: 04 April 2023

Accepted: 05 April 2023

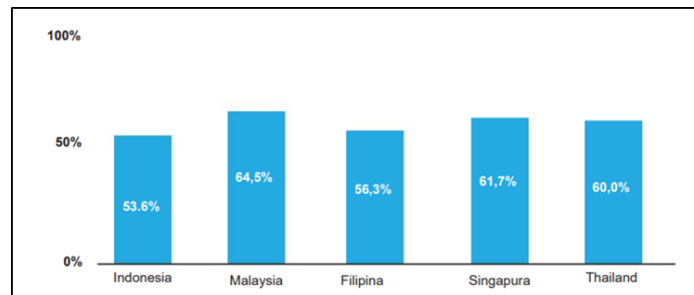
Keywords: *ISO 14001, Kepemilikan Institusional, Media Exposure, Pengungkapan CSR, Profitabilitas, Slack Resources*

Abstract: *Penelitian ini bertujuan untuk menguji, mengevaluasi dan membuktikan secara empiris pengaruh media exposure, profitabilitas, ISO 14001 dan slack resources terhadap pengungkapan csr dimoderasi kepemilikan institusional pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021. Sampel penelitian ini memiliki 26 perusahaan dengan menggunakan metode purposive sampling. Penelitian ini menggunakan metode regresi dan analisis deskriptif dengan SPSS versi 25. Penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik dengan analisis regresi linier berganda dan Moderated Regression Analysis (MRA) untuk uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media exposure dan slack resources berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan csr, sedangkan profitabilitas dan ISO 14001 berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan csr. Serta, hanya kepemilikan institusional yang dapat memperkuat ISO 14001 untuk pengungkapan csr.*

PENDAHULUAN

Pada dunia usaha sekarang telah menyadari perusahaan tidak hanya berorientasi pada tanggung jawab yang bersifat single bottom line, yaitu nilai suatu perusahaan direfleksikan dengan kondisi keuangannya saja (Wibisono, 2007:33). Namun, lebih menerapkan *triple bottom line* dengan memperhatikan 3P yaitu *profit* (keuntungan), *people* (manusia) dan *planet* (bumi). Program CSR di Indonesia bermunculan setelah disahkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 ayat 1. Selain itu, ada juga Peraturan Pemerintah Nomor 47 tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas pasal 4 ayat 1.

Pada tahun 2018, berdasarkan sebuah riset dari *The Centre for Governance, Institutions and Organisations* (CGIO) yang didirikan oleh *National University of Singapore (NUS) Business School* perusahaan di Indonesia memiliki tingkat pengungkapan keberlanjutan yang paling rendah dibandingkan dengan negara di ASEAN lainnya. Perusahaan di Malaysia dan Singapura memiliki kinerja yang baik dengan tingkat pengungkapan rata-rata sebesar 64,5% dan 61,7% , kemudian disusul perusahaan di Thailand, Filipina dan terakhir Indonesia yaitu sebesar 60,0%, 56,3% dan 53,6%.



Gambar 1. Tingkat Pengungkapan Keberlanjutan di ASEAN Tahun 2018

Sumber : (www.aseancsrnewtork.org)

Berdasarkan gambar 1 dapat disimpulkan bahwa minimnya motivasi perusahaan Indonesia dalam upaya pengungkapan sosial dan lingkungan secara komprehensif baik pada laporan tahunan maupun laporan keberlanjutan. Rendahnya tingkat pengungkapan ini dapat dilihat melalui masih banyaknya fenomena kasus pencemaran perusahaan sektor manufaktur yang terjadi di Indonesia seperti kasus tahun 2019 oleh PT.Indofood Tbk (Medan, Sumatera Utara) melakukan pencemaran lingkungan B3 dan tidak tersedianya Tempat Pembuangan Sementara (www.mediaindonesia.com). Selain itu, tahun 2020 PT.How Are You Indonesia (HAYI) di Kabupaten Bandung, Jawa Barat telah melakukan pencemaran di Daerah Aliran Sungai (DAS) dan mengabaikan sanksi yang diberikan oleh Kantor Lingkungan Hidup Kota Cimahi sehingga perusahaan harus membayar ganti rugi materiil sebesar 12,013 milyar (www.jabarekspress.com).

Corporate Social Responsibility (CSR) didefinisikan sebagai tindakan tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan dalam berlaku etis dengan mengurangi efek negatif dan dapat memaksimalkan dampak positifnya dalam aspek ekonomi, sosial serta lingkungan untuk tujuan berkelanjutan (Wibisono, 2007:8). Pengkomunikasian *corporate social responsibility* (CSR) melalui media akan memberikan dampak terhadap reputasi dari perusahaan pada sudut pandang masyarakat, sehingga dapat meningkatkan legitimasi dan kepercayaan masyarakat kepada perusahaan melalui pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada setiap perusahaan tentunya akan berbeda tergantung dari faktor-faktor yang mempengaruhinya. Pertama, *media exposure* merupakan sebuah bentuk komunikasi informasi atas aktivitas berkaitan dengan jumlah atau frekuensi informasi yang dapat mempengaruhi pembaca atau pendengar informasi.

Kedua, profitabilitas merupakan salah satu ukuran kinerja perusahaan yang mengukur tingkat kemampuan perusahaan dalam suatu periode tertentu menghasilkan laba (Isnaini & Kurnia, 2017:632). Ketiga, ISO 14001 merupakan sebuah standar manajemen lingkungan tentang praktek perusahaan dalam sistem pengelolaan lingkungan hidup (Hotria & Mayar, 2018:1313). Faktor keempat, menurut (Bourgeois, 1981:29) bahwa *slack resources* merupakan penanggulangan sumber daya yang digunakan perusahaan nanti ketika menghadapi suatu situasi yang berasal dari tekanan internal maupun eksternal. Selain itu, ada Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham perusahaan yang berupa entitas seperti asuransi, dana pensiun, reksa dana dan institusi lainnya (Sembiring & Hana, 2021). Perusahaan manufaktur menjadi perusahaan dengan sektor yang cukup berkembang di Indonesia. Perusahaan sektor ini selama beberapa tahun terakhir terdapat kasus pencemaran lingkungan cukup tinggi dikarenakan proses produksinya. Hal ini menjadi perhatian oleh pihak *stakeholder* dan masyarakat sekitar untuk mengetahui langkah perusahaan dalam menangani aspek ekonomi, aspek sosial dan lingkungan sekitar tempat perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk menguji dan

membuktikan pengaruh *media exposure*, profitabilitas, ISO 14001 dan *slack resource* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dimoderasi kepemilikan institusional .

LANDASAN TEORI

Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* adalah sebuah teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang ketika beroperasi hanya untuk kepentingan perusahaan sendiri, namun juga dapat memberikan manfaat bagi *stakeholder* (Ghozali & Chariri, 2007:409). Teori ini menunjukkan bahwa pihak berkepentingan di perusahaan yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi suatu aktivitas perusahaan, sehingga perusahaan perlu untuk memperhatikan *stakeholder* (pemegang saham, pemerintah, masyarakat, konsumen, *supplier*, perusahaan pesaing dan lain sebagainya).

Teori Legitimasi

Teori legitimasi memiliki fokus dalam interaksi organisasi dengan masyarakat (Putri, et al., 2020:62). Legitimasi adalah hal yang penting bagi perusahaan karena mengandung suatu batasan-batasan yang ditekankan oleh norma dan nilai sosial serta reaksi terhadap batasan tersebut akan mendorong analisis perilaku perusahaan dengan kepedulian terhadap lingkungan sekitarnya.

Teori Agensi

Teori Agensi menggambarkan konflik kepentingan antara pemilik perusahaan (*principal*) dan manajer perusahaan (*agen*). Menyeimbangkan kepentingan antara pemilik perusahaan (*principal*) dan manajer perusahaan (*agen*) akan meminimalisir terjadinya konflik kepentingan dari kedua belah pihak (Islami & Made, 2019:2).

Teori Resource Based

Teori *resource based* merupakan teori yang dikembangkan dalam teori manajemen strategis dan keunggulan kompetitif perusahaan yang dipercaya bahwa perusahaan mencapai kondisi terbaik ketika sumber daya yang dimiliki unggul (Solikhah, et al., 2010:4). Teori ini menggambarkan perusahaan *competitive advantage* dalam pengembangan sumber daya yang dimiliki, sehingga keberlanjutan perusahaan dapat bertahan dalam waktu jangka panjang.

Hubungan Antar Variabel Dan Hipotesis

Pengaruh Media Exposure terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Plorensia & Pancawati (2015:142) media *website* merupakan media efektif yang didukung oleh pengguna internet yang pada zaman sekarang lebih berkembang. Frekuensi jumlah informasi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui media *website* memunculkan peluang mempengaruhi *stakeholder*, sehingga para *stakeholder* menilai bahwa adanya usaha perusahaan untuk memenuhi kebutuhannya. Hal ini didukung dengan adanya teori *stakeholder* bahwa perusahaan harus memperhatikan kepentingan pihak-pihak yang memiliki keterkaitan dengan perusahaan dalam aktivitas operasional, sehingga perusahaan harus

memenuhi kebutuhan dari *stakeholder* dengan cara yang cepat dan efektif melalui *website*.

H₁ : *Media Exposure* berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba perusahaan dalam suatu periode. Melalui aktivitas *Corporate Social Responsibility* akan memunculkan hasil yang positif dikarenakan aktivitas *Corporate Social Responsibility* untuk jangka lama (Rohmah, 2015:255). Hal ini didukung dengan adanya teori agensi bahwa adanya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* akan membuat hubungan manajemen perusahaan (*agent*) dan pemegang saham (*principal*) menjadi baik karena keyakinan pemegang saham (*principal*) kepada manajemen perusahaan (*agent*) telah menjalankan kewajibannya (Putri & Barbara, 2019:392). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menjadi bentuk adanya komitmen manajemen perusahaan (*agent*) untuk meningkat kinerjanya, sehingga pemegang saham (*principal*) memberikan penilaian positif terkait komitmennya.

H₂ : Profitabilitas berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Pengaruh ISO 14001 terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Sertifikat ISO 14001 bagian dari kinerja lingkungan perusahaan yang dijadikan faktor pengambilan keputusan dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Hotria & Mayar, 2018:1313). Ketika perusahaan memperoleh sertifikat ISO 14001 akan mendatangkan kepercayaan yang lebih masyarakat, sehingga perusahaan berminat meningkatkan legitimasi dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai kesan pemenuhan tanggung jawabnya. Hal ini didukung dengan adanya teori legitimasi bahwa motivasi perusahaan memperoleh sertifikat ISO 14001 salah satunya untuk mendapatkan legitimasi dari pemangku kepentingan dan masyarakat.

H₃ : Sertifikat ISO 14001 berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Pengaruh *Slack Resources* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Slack resources berkaitan dengan sumber daya yang dimiliki perusahaan. Perusahaan melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* maka perusahaan dapat membangun hubungan baik dan citra positif terhadap *stakeholder*, sehingga perusahaan dapat semaksimal mungkin memanfaatkan sumber daya yang digunakan dalam pengungkapan *corporate social responsibility* (Napitu & Nolita, 2021:30). Hal ini didukung dengan adanya teori *resource based* bahwa ketika perusahaan memiliki *slack resources* tinggi maka memunculkan kemampuan tinggi perusahaan untuk berinvestasi pada aktivitas dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

H₄ : *Slack Resources* berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Kepemilikan Institusional memoderasi pengaruh *Media Exposure* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Kepemilikan institusional menitikberatkan keuntungan jangka panjang perusahaan,

sehingga memberikan tekanan bagi manajer perusahaan dalam pengambilan keputusan. Saat ini, media *website* dapat menjadi tekanan tersendiri bagi pihak manajemen dikarenakan melakukan pengungkapan informasi terkait perusahaan. Akibat dari adanya pengawasan pihak institusional ini, maka adanya dorongan pihak manajemen perusahaan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan terpaan media (*media exposure*) untuk memenuhi kebutuhan informasi para *stakeholder*. Hal ini didukung dengan adanya teori *stakeholder*, kepemilikan institusional bertindak sebagai monitor pencegahan adanya pemborosan aktiva perusahaan yang dilakukan manajemen perusahaan dengan memanfaatkan media *website* perusahaan sebagai alat memonitor yang cepat dan fleksibel.

H₅ : Kepemilikan Institusional memoderasi *Media Exposure* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Kepemilikan Institusional memoderasi pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Struktur kepemilikan saham dapat mempengaruhi kinerja perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu menghasilkan laba sebesar-besarnya. Kepemilikan institusional dapat menentang atau mendukung kebijakan yang telah dibuat oleh manajer salah satunya yang berkaitan dengan pengungkapan rasio profitabilitas. Akibat adanya pengawasan kepemilikan institusional berdampak dalam keputusan yang berkaitan aktivitas menghasilkan laba dan cara menginvestasikan laba, sehingga membuat manajemen perusahaan (*agent*) meningkatkan kinerjanya serta berhati-hati menginvestasikan dana ke program *corporate social responsibility*. Hal ini didukung dengan adanya teori agensi, upaya memonitor kepemilikan institusional untuk mengurangi tindakan *opportunistic* pemanfaatan profit perusahaan oleh pihak manajemen (*agent*) yang dapat merugikan pemegang saham (*principal*) (Nurkhin et al., 2017:35-36).

H₆ : Kepemilikan Institusional memoderasi Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Kepemilikan Institusional memoderasi pengaruh Sertifikat ISO 14001 terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Kepemilikan institusional yang tinggi akan mendominasi kontrol investor terhadap perusahaan sehingga kepemilikan institusional dapat menjadi salah satu alasan perusahaan melakukan sebuah pengungkapan lingkungan (Terry & Asrori, 2021:902). Pengungkapan aspek lingkungan menjadi salah satu yang penting bagi perusahaan. Adanya tuntutan dari kepemilikan institusional dapat meningkatkan kinerja manajemen perusahaan khususnya kinerja lingkungan yang dibuktikan dengan sertifikat ISO 14001, agar legitimasi masyarakat terjaga perlunya pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini didukung dengan adanya teori legitimasi, kepemilikan institusional menuntut manajemen perusahaan berusaha membangun keselarasan antara nilai sosial dan kegiatan perusahaan agar mendapatkan legitimasi masyarakat melalui kepemilikan sertifikat ISO 14001.

H₇ : Kepemilikan Institusional memoderasi sertifikasi sistem manajemen lingkungan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Kepemilikan Institusional memoderasi pengaruh *Slack Resources* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Perusahaan tentunya memiliki kelebihan sumber daya yang digunakan ketika perusahaan menghadapi tekanan yang biasanya disebut *slack resources*. Manajer perusahaan menjadi pihak yang berperan langsung dalam pemanfaatan dan pengelolaan *slack resources* perusahaan. Akibat adanya pengawasan pihak institusi, *slack resources* yang dimiliki dapat untuk menentukan kebijakan kinerja perusahaan salah satunya kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) agar cepat meningkatkan kepuasan para *stakeholder*. Hal ini didukung dengan adanya teori *resource based*, perusahaan yang memiliki kelebihan sumber daya akan mendapatkan pengawasan kepemilikan institusional dalam pengembangan keunggulan kompetitif.

H₈ : Kepemilikan Institusional memoderasi *slack resources* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Objek penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu *media exposure*, profitabilitas, ISO 14001, *slack resources* serta kepemilikan institusional sebagai variabel moderasi. Pada penelitian ini menggunakan subjek yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021. Populasi penelitian ini sebanyak 143 perusahaan, dan sampel sebanyak 26 perusahaan, sehingga jumlah data yang diteliti sebanyak 130 data. Jenis data yang digunakan data sekunder berupa laporan tahunan (*annual report*) dari Bursa Efek Indonesia dan *website* resmi perusahaan. Teknik analisis statistik menggunakan analisis regresi berganda dengan aplikasi pengolahan datanya yaitu SPSS versi 25. Metode analisis statistik lainnya yang digunakan analisis deskriptif. Penelitian menggunakan uji asumsi klasik dengan analisis regresi linier berganda dan *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk uji hipotesis (uji R², uji F dan uji t).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std.Deviation
ME (X ₁)	130	0	1	0,51	0,502
ROA (X ₂)	130	0,001	0,227	0,075	0,055
ISO (X ₃)	130	0	1	0,48	0,501
SR (X ₄)	130	20,733	31,015	26,727	1,785
CSR (Y)	130	0,110	0,505	0,279	0,088
KI (Z)	130	0,140	0,997	0,684	0,216

Sumber : Data SPSS 25 (Hasil olahan 2022)

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

Keterangan	<i>Unstandardized Residual</i>	Kesimpulan
N	130	Data residual terdistribusi secara normal
<i>Kolmogrov-Smirnov Z</i>	0,063	
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,200	

Sumber : Data SPSS 25 (Hasil olahan 2022)

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 2 menghasilkan nilai non-parametrik *Kolmogrov-Smirnov* (K-S) sebesar 0,063 dengan nilai signifikansi sebesar 0,200. Nilai signifikansi sebesar 0,200 berada di atas 0,05 ($0,200 > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual pada model regresi penelitian ini terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
ME (X_1)	0,783	1,277	Tidak terjadi multikolinearitas
ROA (X_2)	0,904	1,106	Tidak terjadi multikolinearitas
ISO (X_3)	0,771	1,298	Tidak terjadi multikolinearitas
SR (X_4)	0,821	1,218	Tidak terjadi multikolinearitas
KI (Z)	0,768	1,303	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data SPSS 25 (Hasil olahan 2022)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 3 menghasilkan nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 setiap variabelnya pada model regresi penelitian. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi

Model	<i>Durbin-Watson</i>	Kesimpulan
1	1,180	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber : Data SPSS 25 (Hasil olahan 2022)

Berdasarkan hasil uji autokorelasi pada tabel 4 menghasilkan nilai *Durbin-Watson* pada model regresi penelitian sebesar 1,180. Nilai *Durbin-Watson* pada penelitian ini berada di antara -2 sampai +2 ($-2 < 1,180 < +2$). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	T	Sig.	Kesimpulan
ME (X ₁)	0,325	0,746	Tidak terjadi heteroskedastisitas
ROA (X ₂)	1,120	0,265	Tidak terjadi heteroskedastisitas
ISO (X ₃)	-0,598	0,551	Tidak terjadi heteroskedastisitas
SR (X ₄)	-1,345	0,181	Tidak terjadi heteroskedastisitas
KI (Z)	-0,450	0,654	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber : Data SPSS 25 (Hasil olahan 2022)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 5 menghasilkan nilai signifikansi di atas 0,05 (sig > 0,05) setiap variabelnya pada model regresi penelitian ini. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis menggunakan *Moderated Regression Analysis (MRA)* dengan pendekatan uji interaksi.

Moderated Regression Analysis

Tabel 6. Hasil *Moderated Regression Analysis*

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std.Error	Beta
1	(Constant)	-0,035	0,106	
	ME (X ₁)	0,149	0,058	0,840
	ROA (X ₂)	-0,762	0,341	-0,473
	ISO (X ₃)	-0,162	0,066	-0,916
	SR (X ₄)	0,015	0,004	0,311
	ME*KI (X ₁ Z)	-0,131	0,078	-0,510
	ROA*KI (X ₂ Z)	0,202	0,538	0,085
	ISO*KI (X ₃ Z)	0,271	0,089	1,058
	SR*KI (X ₄ Z)	-0,005	0,003	-0,296

Sumber : Data SPSS 25 (Hasil olahan 2022)

Berdasarkan tabel 6, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = - 0,035 + 0,149X_1 - 0,762X_2 - 0,162X_3 + 0,015X_4 - 0,131X_1Z + 0,202X_2Z + 0,271X_3Z - 0,005X_4Z$$

Hasil Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi (R^2)Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std.Error of the Estimate
1	0,624	0,389	0,349	0,071

Sumber : Data SPSS 25 (Hasil olahan 2022)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) tabel 7 diketahui nilai R^2 sebesar 0,349 atau 34,9%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh *media exposure* (X_1), profitabilitas (X_2), ISO 14001 (X_3), *slack resources* (X_4), interaksi antara kepemilikan institusional dengan *media exposure* (X_1Z), interaksi antara kepemilikan institusional dengan profitabilitas (X_2Z), interaksi antara kepemilikan institusional dengan ISO 14001 (X_3Z) dan interaksi antara kepemilikan institusional dengan *slack resources* (X_4Z) dapat menjelaskan variabel pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) sebesar 34,9%. Sedangkan, sisanya sebesar 65,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan oleh penelitian ini.

Uji Kelayakan Model (Uji F)

Tabel 8. Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	0,397	8	0,050	9,632	0,000
	Residual	0,624	121	0,005		
	Total	1,026	129			

Sumber : Data SPSS 25 (Hasil olahan 2022)

Berdasarkan tabel 8 diatas, diketahui nilai F sebesar 9,632 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka *media exposure* (X_1), profitabilitas (X_2), ISO 14001 (X_3), *slack resources* (X_4) dan interaksi antara kepemilikan institusional dengan *media exposure* (X_1Z), interaksi antara kepemilikan institusional dengan profitabilitas (X_2Z), interaksi antara kepemilikan institusional dengan ISO 14001 (X_3Z) dan interaksi antara kepemilikan institusional dengan *slack resources* (X_4Z) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini layak digunakan.

Uji Parsial Statistik (Uji t)

Tabel 9. Hasil Uji Parsial Statistika (Uji t)

Model		T	Sig.	Kesimpulan
1	(Constant)	-0,334	0,739	
	ME (X_1)	2,563	0,012	Berpengaruh

ROA (X ₂)	-2,233	0,027	Berpengaruh
ISO (X ₃)	-2,478	0,015	Berpengaruh
SR (X ₄)	3,846	0,000	Berpengaruh
ME*KI (X ₁ Z)	-1,667	0,098	Tidak berpengaruh
ROA*KI (X ₂ Z)	0,375	0,708	Tidak berpengaruh
ISO*KI (X ₃ Z)	3,035	0,003	Berpengaruh
SR*KI (X ₄ Z)	-1,508	0,134	Tidak berpengaruh

Sumber : Data SPSS 25 (Hasil olahan 2022)

Berdasarkan tabel 9, maka disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil uji t pada variabel *media exposure* (ME) sebesar 2,563 dengan nilai signifikansi 0,012. Nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,012 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa *media exposure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).
2. Hasil uji t pada variabel profitabilitas (ROA) sebesar - 2,233 dengan nilai signifikansi 0,027. Nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,027 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).
3. Hasil uji t pada variabel ISO 14001 sebesar -2,478 dengan nilai signifikansi 0,015. Nilai signifikansi $> 0,05$ ($0,015 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa ISO 14001 berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).
4. Hasil uji t pada variabel *slack resources* (SR) sebesar 3,846 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa *slack resources* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).
5. Hasil uji t pada interaksi antara kepemilikan institusional dengan *media exposure* sebesar -1,667 dengan nilai signifikansi 0,098. Nilai signifikansi $> 0,05$ ($0,098 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa interaksi antara kepemilikan institusional dengan *media exposure* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).
6. Hasil uji t pada interaksi antara kepemilikan institusional dengan profitabilitas sebesar 0,375 dengan nilai signifikansi 0,708. Nilai signifikansi $> 0,05$ ($0,708 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa interaksi antara kepemilikan institusional dengan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).
7. Hasil uji t pada interaksi antara kepemilikan institusional dengan ISO 14001 sebesar 3,035 dengan nilai signifikansi 0,003. Nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,003 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa interaksi antara kepemilikan institusional dengan ISO 14001 berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).
8. Hasil uji t pada interaksi antara kepemilikan institusional dengan *slack resources* sebesar -

1,508 dengan nilai signifikansi 0,134. Nilai signifikansi $> 0,05$ ($0,134 > 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa interaksi antara kepemilikan institusional dengan *slack resources* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

Pembahasan

Pengaruh Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Berdasarkan tabel 9, menunjukkan bahwa hipotesis pertama (H_1) yaitu *media exposure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), sehingga H_1 terbukti dan diterima. Hal ini dikarenakan adanya pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada *web* ini menjadikan komunikasi antara perusahaan dan para *stakholder* telah berjalan dengan baik karena telah terpenuhinya kebutuhan. Selain itu, keputusan perusahaan dalam penggunaan *media exposure* dalam melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) didukung dengan tingkat pengguna *web* yang meningkat selama periode penelitian. Sehingga, hal ini sejalan dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang ketika beroperasi hanya untuk kepentingan perusahaan sendiri, namun juga dapat memberikan manfaat bagi *stakeholder* (Ghozali & Chariri, 2007:409). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Hotria & Mayar, (2018:1323), sedangkan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya menurut Ramadhan & Himawan (2018:596) yang menyatakan bahwa *media exposure (website)* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Berdasarkan tabel 9, menunjukkan bahwa hipotesis kedua (H_2) yaitu profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), sehingga H_2 terbukti dan diterima. Berdasarkan hasil pengujian yang menunjukkan arah negatif untuk pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) memiliki arti ketika perusahaan dalam tingkat profit yang tinggi, maka perusahaan berasumsi tidak pentingnya melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) selama periode penelitian ini. Hasil pengujian ini tidak sesuai dengan teori agensi yang menjelaskan bahwa pemilik perusahaan (*principal*) berkeinginan mengetahui segala informasi mengenai perusahaan.

Berdasarkan teori legitimasi bahwa ketika perusahaan memiliki profit yang tinggi maka manajemen perusahaan beranggapan tidak perlu melakukan pelaporan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang suksesnya *financial* perusahaan. Namun, ketika profit yang didapatkan rendah manajemen perusahaan berharap para pengguna laporan tetap membaca kabar baik kinerja yang disampaikan melalui lingkup sosial agar para investor tetap berinvestasi (Arjanggie & Zulaikha, 2015:3). Berdasarkan arah penelitian ini, maka penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Arjanggie & Zulaikha (2015:7-8) bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Hal ini dikarenakan pihak manajemen perusahaan beranggapan tidak perlunya memberikan pengungkapan sosial dan lingkungan yang tidak mempengaruhi posisi

dan kompensasi yang diterima perusahaan selama periode penelitian. Penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya menurut Leksono & Sansaloni (2018:15) bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

Pengaruh ISO 14001 Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berdasarkan tabel 9, menunjukkan bahwa hipotesis ketiga (H_3) yaitu ISO 14001 berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), sehingga H_3 terbukti dan diterima. Berdasarkan hasil pengujian yang menunjukkan arah negatif untuk pengaruh ISO 14001 terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), maka penelitian ini tidak sesuai dengan teori legitimasi. Keadaan hasil penelitian ini lebih sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Putri et al., (2022:194) bahwa kinerja lingkungan yang dilihat dari sertifikat ISO 14001 tidak menaruh fokus utama dalam pengungkapan, sehingga kinerja perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan. Keadaan ini dapat terjadi dikarenakan ketidak konsistenan kepemilikan sertifikat ISO 14001 selama periode penelitian. Selain itu, Kondisi Indonesia menjadi alasan lain belum dianggap pentingnya kelesatarian lingkungan, sehingga mengakibatkan para investor kurang peduli terhadap pengungkapan lingkungan. Penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya menurut Bawono & Haryanto, (2015:8) dan (Manurung & Radhi, 2019:12) menyatakan bahwa ISO 14001 berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

Pengaruh *Slack Resources* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berdasarkan tabel 9, menunjukkan bahwa hipotesis keempat (H_4) yaitu *slack resources* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), sehingga H_4 terbukti dan diterima. Hal ini dikarenakan bahwa perusahaan memiliki kelebihan sumber daya berupa kas dan setara kas yang dapat dialokasikan dalam program *corporate social responsibility* ini meningkatkan *competitive advantage* perusahaan, sehingga akan terlihat perusahaan sedang mencapai kondisi terbaiknya selama periode penelitian. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori *resourced based* yang menyatakan keterlibatan institusi pada kegiatan sosial terjadi karena adanya sumber daya lebih (*slack resources*), sehingga perusahaan mencapai kondisi terbaiknya melalui *competitive advantage*. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Anggraeni & Djakman (2017:111), sedangkan penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya menurut Yuanita & Muslih (2019:5791) bahwa *slack resources* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

Kepemilikan Institusional Memoderasi Pengaruh ISO 14001 Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berdasarkan tabel 9, menunjukkan bahwa hipotesis ketujuh (H_7) yaitu kepemilikan institusional mampu memoderasi pengaruh ISO 14001 terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), sehingga H_7 terbukti dan diterima. Disimpulkan bahwa kepemilikan institusional mampu memperkuat pengaruh antara ISO 14001 dengan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Hal ini dapat terjadi karena perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan baik akan melakukan pengungkapan lingkungan lebih banyak sebagai bentuk pemenuhan tanggung jawab kepada masyarakat dan adanya dorongan pihak institusi yang tinggi

dalam menuntut manajemen perusahaan untuk melakukan pengungkapan lingkungan. Hal ini sesuai dengan teori legitimasi yang menjelaskan bahwa kepemilikan institusional menuntut manajemen perusahaan berusaha membangun keselarasan antara nilai sosial dan kegiatan perusahaan agar mendapatkan legitimasi masyarakat melalui kepemilikan sertifikat ISO 14001 dan menjaga komitmen tersebut dengan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Terry & Asrori (2021:902) bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan lingkungan karena kinerja lingkungan yang baik dilihat dari sertifikasi ISO 14001. Sedangkan, hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Putri et al., (2022:194) bahwa kinerja lingkungan yang dilihat dari sertifikasi ISO 14001 tidak menaruh fokus utama dalam pengungkapan, sehingga kinerja perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan. Selain itu, hasil penelitian ini juga tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Firminda et al., (2017:21) dan (Sari et al., 2019:30) bahwa kepemilikan institusional tidak mempengaruhi terhadap pengungkapan lingkungan.

Kepemilikan Institusional Memoderasi Pengaruh *Slack Resources* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berdasarkan tabel 9, menunjukkan bahwa hipotesis kedelapan (H_8) yaitu kepemilikan institusional tidak mampu memoderasi pengaruh *slack resources* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), sehingga H_8 tidak terbukti dan ditolak. Disimpulkan bahwa kepemilikan institusional tidak mampu memperkuat atau memperlemah pengaruh antara *slack resources* dengan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Hal ini dapat terjadi karena kepemilikan institusional kurang memiliki kemampuan dalam mengontrol tindakan manajemen dalam memanfaatkan aset perusahaan secara efisien dan undang-undang PT tidak menjelaskan rincian besarnya biaya yang dikeluarkan untuk *corporate social responsibility* khususnya akun kas dan setara kas. Hal ini tidak sesuai dengan teori *resource based* bahwa pengawasan kepemilikan institusional terhadap *slack resources* perusahaan dapat memudahkan penentuan kebijakan kegiatan *corporate social responsibility* agar menunjukkan keunggulan kompetitif perusahaan.

Kepemilikan institusional mengontrol tindakan manajer perusahaan untuk memenuhi tujuan yang diinginkan investor dalam memperoleh laba, Namun, terdapatnya asimetri informasi antara pihak institusi dengan pihak manajer menyebabkan manajer bertindak *opportunistic* dalam mengelolanya karena memiliki informasi lebih mengenai perusahaan. Hal ini yang menjadikan keberadaan kepemilikan institusional tidak menjamin memonitoring kinerja manajer perusahaan dapat berjalan efektif. Selain itu, UU PT tidak secara rinci menentukan alokasi biaya yang dikeluarkan sehingga perusahaan menentukan alokasi biaya berdasarkan kesepakatan pemegang saham tanpa memperhatikan akun kas dan setara kas perusahaan. Hal ini sesuai teori agensi dan penelitian yang dilakukan oleh Yuanita & Muslih (2019:2791) bahwa *slack resources* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Melvin & Dyna (2021:55) bahwa *slack resources* memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social*

responsibility.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengemukakan bahwa *media exposure* dan *slack resources* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Sedangkan, profitabilitas dan ISO 14001 berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Selain itu, hanya kepemilikan institusional dapat memperkuat pengaruh ISO 14001 terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Sedangkan, kepemilikan institusional tidak dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh *media exposure*, profitabilitas dan *slack resources* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah lebih banyak variabel independen lain yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dan diharapkan menambah jumlah sampel untuk diteliti.

DAFTAR REFERENSI

- Anggraeni, Dian Yuni., & Chaerul D. Djakman. 2017. *Slack Resources, Feminisme Dewan, Dan Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia* 14(1):94–118. doi: 10.21002/jaki.2017.06.
- Arjanggie, Aulia Rizki., & Zulaikha. 2015. Pengaruh Profitabilitas Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Studi Empiris Pada Perusahaan Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Diponegoro Journal of Accounting* 4(3):1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Bawono, Adetya Agung Kusumo & Haryanto. 2015. Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas, Cakupan Operasional Perusahaan, Dan Sertifikasi ISO 14001 Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2012-2013). *Diponegoro Journal of Accounting* 4(3):1–12. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/9502>
- Bourgeois, L. J. 1981. *On the Measurement of Organizational Slack*. *The Academy of Management Review* 6(1):29–39. <https://dx.doi.org/10.5465/amr.1981.4287985>.
- Firmanda, Edi., Inge Lengga Sari Munthe, & Tumpal Manik. 2017. Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Asing, Kepemilikan Publik Terhadap Kinerja Lingkungan Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015. *Jurnal Repositori Umrah* Februari(1):1–26. http://jurnal.umrah.ac.id/wp-content/uploads/gravity_forms
- Ghozali, Imam., & A. Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hotria, & Mayar Afriyenti. 2018. Pengaruh Agresivitas Pajak, *Media Exposure*, Profitabilitas, Dan Sertifikat ISO 14001 Terhadap Minat Pengungkapan CSR (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2015-2017). *Wahana Riset Akuntansi* 6(2):1311. doi: 10.24036/wra.v6i2.102514..
- Indonesia, Media. 2019. Panja Limbah DPR Temukan Limbah B3 Di Pabrik Mie Instan Medan. *Retrieved* (<https://mediaindonesia.com/politik-dan-hukum/247364/panja-limbah-dpr-temukan-limbah-b3-di-pabrik-mie-instan-medan>).
- Islami, Qotrunnada Nafi'., & Made Sudarma. 2019. Pengaruh *Slack Resources*, Gender Dan Struktur Kepemilikan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2019).” *Jurnal Ilmiah*

- Mahasiswa FEB 10:1–9.
- Isnaini, Nurizza Arsyi, & Kurnia. 2017. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan: *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi* 6(2):631–51.
- JabarEkspress.com. 2020. Abaikan Sanksi Dari DLH Cimahi, Pabrik Tekstil Ini Harus Bayar Ganti Rugi Rp 12 Miliar Lebih. Retrieved <https://jabarekspress.com/berita/2020/02/26/pabrik-tekstil-di-cimahi-terbukti-buang-limbah-pn-bale-bandung-putuskan-bayar-ganti-rugi-rp-42-miliar/>
- Leksono, Aurellia Adi., & Sansaloni Butar Butar. 2018. Pengaruh *Good Corporate Governance* Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Akuntansi Bisnis* 16(2):130. doi: 10.24167/jab.v16i2.1696.
- Manurung, Daniel T. H., & Radhi Abdul Halim Rachmat. 2019. *ISO 14001 Implementation Impact And Financial Performance On Corporate Social Responsibility Disclosure*. *Jurnal Manajemen* 23(2):1–19. doi: 10.24912/jm.v23i2.473. <https://doi.org/10.24912/jm.v23i2.473>.
- Melvin, & Dyna Rachmawati. 2021. Pengaruh *Slack Resources*, Ukuran Perusahaan, Dewan Komisaris Dan Liputan Media Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Widya Akuntansi Dan Keuangan* (3):112-125. <https://doi.org/10.32795/widyaakuntansi.v3i2.1214>.
- Napitu, Kristin Tiara Pita., & Nolita Yeni Siregar. 2021. *Slack Resources*, Komite Audit, Feminisme Dewan Terhadap Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Jurnal Riset Terapan Akuntansi* 5(1):27–39. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4735780>
- Network, ASEAN CSR. 2018. *ASEAN CSR-Sustainability Reporting*. Retrieved November 15, 2021. <https://www.asean-csr-network.org/c/news-a-resources/sustainability-reporting>.
- Nurkhin, Ahmad., Agus Wahyudin., & Anisa Fajriah Aenul Septiani. 2017. Nilai Perusahaan Barang Konsumsi. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma JAMAL* 8(1):1–227. <http://dx.doi.org/10.18202/jamal.2017.04.7038>.
- Plorensia, Winda., & Pancawati Hardiningsih. 2015. Pengaruh Agresivitas Pajak Dan Media Eksplosure Terhadap *Corporate Social Responsibility*. *Dinamika Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan* 4(2):136–51. <https://unisbank.ac.id/ojs/index.php/fe9/article/view/4592>
- Putri, Ega Indriyana., & Barbara Gunawan. 2019. Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Dan Struktur Kepemilikan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Di Perusahaan *Property* Dan *Real Estate*. *Seminar Nasional Dan The 6th Call for Syariah Paper* (40):388–406. <http://hdl.handle.net/11617/11399>
- Putri, Kurnia., Fitra Dharma., & Dewi Sukmasari. 2020. Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan CSR, Sebuah Study Empiris Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 25(2):59–73. doi: 10.23960/jak.v25i2.253.
- Putri, Nur Aisyah., Noto Pamungkas., & Sri Suryaningsum. 2022. Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kinerja Lingkungan, Profitabilitas, Dan Pertumbuhan Terhadap *Carbon Emission Disclosure*. *Jurnal Akuntansi Bisnis* 20(2):184–99. doi: 10.24167/jab.v20i2.4826..
- Ramadhan, Halim., & Hirawan Arif Sutanto. 2018. Pengaruh Karakteristik Perusahaan, *Media Exposure* Dan Sertifikasi Lingkungan Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclsoure*. 588–89 in SEMINAR NASIONAL FMI KE 10. http://research.unissula.ac.id/file/publikasi/210491026/9092proseding_fmi_1_0_bu_tami.pdf
- Rohmah, Dita. 2015. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Di Dalam Laporan *Sustainability* (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*

- 5(2):243–62. doi: 10.15408/ess.v5i2.2347.
- Sari, Wiwi Hawin., Henri Agustin., & Erly Mulyani. 2019. Pengaruh *Good Corporate Governance* Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Lingkungan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017).” *Jurnal Eksplorasi Akuntansi* 1(1):18–34. <http://jea.ppj.unp.ac.id/index.php/jea/article/view/53>.
- Sembiring, Yan Christin Br., & Hana Yona Anggresia Tambunan. 2021. Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Saham Publik Dan Kepemilikan Institusional Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan* 53(9):1689– 99. <https://doi.org/10.54367/jrak.v7i1.1127>
- Solikhah, , Badingatus., Abdul Rohman., & Wahyu Meiranto. 2010. Implikasi *Intellectual Capital* Terhadap *Financial Performance, Growth, Dan Market Value*; Studi Empiris Dengan Pendekatan *Simplistic Specification*.” Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto 1–29. doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.
- Terry, Kris Money., & Asrori. 2021. Pengaruh Kinerja Lingkungan, Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, Ukuran Perusahaan Dan *Leverage* Terhadap Kualitas Pengungkapan Lingkungan. *Syntax Literate : Jurnal Ilmiah Indonesia* 6(2). 894-907. <https://jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntaxliterate/article/view/2169>.
- Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep Dan Aplikasi Corporate Social Responsibility*. Gresik: *Fascho Publishing*.
- Yuanita, Rani., & Muhamad Muslih. 2019. Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* Dan *Slack Resources* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* (Studi Kasus Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013- 2017). *E-Proceeding of Management*, 6(3),5784–5792. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/1114>