

## **Corporate Social Responsibility: Media Exposure, Kinerja Lingkungan, Kepemilikan Institusional, Leverage, dan Profitabilitas**

**Muhammad Haykal Adi Pradana<sup>1)</sup>\*, Eny Kusumawati<sup>2)</sup>**

*Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta<sup>1,2</sup>*

*b200210384@student.ums.ac.id<sup>1)</sup>\*, ek108@ums.ac.id<sup>2)</sup>*

### **ABSTRACT.**

*Corporate Social Responsibility is a commitment to improve the welfare of society through prudent business practices and the contribution of company resources. Achieving commercial success in a manner that respects ethical values and respects people, communities, and the natural environment. This study aims to analyze the influence of media exposure, environmental performance, institutional ownership, leverage, and profitability on corporate social responsibility disclosure in the energy and raw materials sector on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period 2021–2023. The sampling technique used in this study is purposive sampling. A total of 120 companies met the criteria as observation units. The analysis method used was multiple linear regression analysis. The results of the study provide empirical evidence that media exposure and profitability do not affect corporate social responsibility disclosure. Environmental performance, institutional ownership, and leverage affect corporate social responsibility disclosure. The higher the PROPER score, the more extensive the company's CSR disclosure will be. The size of institutional ownership affects CSR disclosure. The higher the leverage ratio, the more extensive the CSR disclosure will be.*

**Keywords:** *corporate social responsibility disclosure; environmental performance; institutional ownership; leverage; profitability*

### **ABSTRAK.**

*Corporate Social Responsibility merupakan komitmen untuk menjadi lebih baik kesejahteraan masyarakat melalui praktik bisnis yang bijaksana dan kontribusi sumber daya perusahaan. Mencapai kesuksesan komersial dengan cara yang menghormati nilai-nilai etika dan menghormati manusia, komunitas, dan lingkungan alam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *media exposure*, kinerja lingkungan, kepemilikan institusional, *leverage*, dan profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada sektor energi dan bahan baku di BEI periode 2021–2023. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Sebanyak 120 perusahaan telah memenuhi kriteria sebagai unit observasi. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian memberikan bukti empiris bahwa *media exposure*, dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Kinerja lingkungan, kepemilikan institusional, dan *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Semakin tinggi skor PROPER, maka pengungkapan CSR perusahaan akan semakin luas. Besar kecilnya proporsi kepemilikan institusional berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Semakin tinggi rasio *leverage* maka pengungkapan CSR semakin luas.*

**Kata Kunci:** *pengungkapan corporate social responsibility; kinerja lingkungan; kepemilikan institusional; leverage; profitabilitas*

## **PENDAHULUAN**

Perusahaan sebagai entitas ekonomi dan sosial dituntut untuk mampu mempertahankan keberlanjutan usaha melalui pengelolaan kinerja yang tidak hanya berorientasi pada aspek keuangan, tetapi juga mencakup tanggung jawab sosial dan kepedulian terhadap lingkungan. Keberhasilan perusahaan dalam jangka panjang bergantung pada kemampuan manajemen dalam mengintegrasikan praktik tata kelola yang baik dengan kontribusi positif bagi masyarakat, lingkungan, dan seluruh pemangku kepentingan.

Pada awalnya tujuan perusahaan hanya untuk mencapai pembangunan ekonomi, namun kini terjadi perubahan di bidang ini yang mendorong perusahaan untuk lebih memperhatikan tanggung jawab sosial untuk pembangunan berkelanjutan dan memperoleh keuntungan dalam jangka panjang.

Berbagai pihak ramai membahas *corporate social responsibility* (CSR) karena tidak mungkin mencapai tujuan perusahaan secara efektif. Konflik antara masyarakat dan perusahaan, serta masyarakat dan pemerintah, terkait penguasaan sumber daya alam terus meningkat. Salah satu penyebabnya adalah kegagalan program CSR yang berdampak negatif terhadap kehidupan masyarakat. Saat ini, tanggung jawab sosial perusahaan menjadi isu bisnis yang semakin penting. Dalam upaya meraup keuntungan lebih banyak, seringkali perusahaan lebih memperhatikan dampak negatif yang ditimbulkannya, seperti kerusakan lingkungan dan kerugian proses produksi.

Penerapan dan pengungkapan CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan lingkungan yang timbul akibat kegiatannya. Penerapan CSR yang efektif dapat membantu perusahaan membangun hubungan yang lebih baik dengan masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya. (Aguinis & Glavas, 2019) mengungkapkan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR secara efektif dapat meningkatkan citranya, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan memberikan nilai tambah bagi perusahaan dan masyarakat dalam jangka panjang.

(Shim et al., 2021) menunjukkan bahwa CSR yang efektif dapat mengurangi konflik antara perusahaan dan masyarakat dengan menunjukkan komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan. CSR juga dapat menjadi alat penting dalam mencapai tujuan keberlanjutan dan pembangunan. Pelaksanaan tanggung jawab sosial merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar. Pelaksanaan tanggung jawab sosial akan meningkatkan reputasi dan citra perusahaan dimata Masyarakat (Suryandari & Mongan, 2020).

(Aguinis & Glavas, 2019), CSR adalah kontribusi perusahaan terhadap pembangunan berkelanjutan dengan memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan bagi semua pemangku kepentingan. Semua itu tidak terlepas dari kenyataan bahwa suatu perusahaan tidak dapat hidup, beroperasi, dan bertahan serta memperoleh keuntungan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Jadi, *corporate social responsibility* bertujuan mendorong dunia usaha lebih etis dalam menjalankan aktivitasnya agar tidak berpengaruh buruk pada masyarakat dan lingkungan

hidupnya. Menyadari akan perlunya menjaga lingkungan terkait dengan semakin parahnya kerusakan lingkungan yang terjadi mulai dari penggundulan hutan, polusi udara dan air maka dibuatnya Undang-undang Perseroan Terbatas tahun 2007 No. 40 Pasal 74, yang disahkan pada tanggal 20 Juli 2007 yang menyatakan bahwa: Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL).

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi CSR, peneliti memfokuskan pada lima faktor yaitu: *media exposure*, *kinerja lingkungan*, *kepemilikan institusional*, *leverage*, dan *profitabilitas*. *Media exposure* merupakan salah satu media yang memperlihatkan kepedulian perusahaan dengan lingkungan di sekitarnya. Peran *media exposure* terhadap pengungkapan CSR mengacu pada sejauh mana perhatian media mempengaruhi atau mendorong perusahaan untuk mengungkapkan aktivitas CSR mereka. *Media exposure* memainkan peran sebagai pemicu atau pengawas eksternal yang mempengaruhi keputusan perusahaan untuk transparan mengenai kontribusinya terhadap isu sosial, lingkungan, dan ekonomi untuk pengungkapan CSR. Penelitian (Anissa & Machdar, 2019) (Sparta & Rheadanti, 2019) (Azzahra & Widiastuty, 2023) memberikan bukti empiris *media exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Kinerja lingkungan merujuk pada upaya perusahaan dalam berkontribusi terhadap pelestarian lingkungan. Pengelolaan lingkungan dalam perusahaan dapat dinilai melalui kinerja lingkungannya (Amalia & Indarti, 2024). Kinerja ini merupakan hasil terukur dari sistem manajemen lingkungan yang berkaitan dengan pengendalian aspek-aspek lingkungan, dimana perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik cenderung lebih transparan dalam mengungkapkan CSR. Penelitian (Kholifah, 2022) (Kustina, 2020) memberikan bukti empiris bahwa kinerja lingkungan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham perusahaan yang sebagian besar dipegang oleh institusi atau lembaga, seperti bank, perusahaan asuransi, manajemen aset, perusahaan investasi, dan institusi lainnya, dapat mendorong pengawasan yang lebih efektif. Kepemilikan institusional akan mendorong manajemen untuk mengimplementasikan dan melaporkan CSR secara menyeluruh dan bertanggung jawab (Surmadewi & Suputra, 2019) . Penelitian (Negara et al., 2021) (Kharisma Hardiyanti & Kania Nurcholisah, 2023) memberikan bukti secara empiris bahwa kepemilikan institusional berpengaruh terhadap pelaksanaan CSR.

*Leverage* memberikan gambaran struktur modal serat risiko tak tertagih pada liabilitas perusahaan. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan berusaha untuk mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang rendah akan mematuhi perjanjian terkait pelunasan utang, sehingga akan berusaha meningkatkan kemampuan perusahaan dalam mengeluarkan dana untuk kepentingan sosial dan lingkungan serta akan memperluas pengungkapan CSR.

Penelitian (Malisa et al., 2022) (Putra & Ary Wirajaya, 2023) memberikan bukti empiris bahwa *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba sehingga dapat menjaga kelangsungan hidup jangka panjang ataupun pertumbuhan jangka pendek perusahaan. Profitabilitas yang tinggi akan berdampak terhadap pengungkapan CSR. Penelitian oleh (Hassan, 2021) (Yanti et al., 2021) (Bariroh & Desitama, 2022) terdapat hubungan positif antara profitabilitas perusahaan dan tingkat pengungkapan CSR, karena perusahaan yang menguntungkan cenderung lebih mampu membiayai program-program CSR yang komprehensif.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh (Yanti et al., 2021). Kebaruan penelitian ini adalah memperluas dan mengupdate objek penelitian, penelitian sebelumnya menggunakan perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017–2019. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan sektor energi dan bahan baku periode pengamatan tahun 2021–2023. Selanjutnya, peneliti menambah dua variabel independen yaitu: *media exposure* serta kinerja lingkungan. *Media exposure* ditambahkan karena variabel ini dapat membantu menjelaskan mengapa beberapa perusahaan lebih terbuka dalam mengungkapkan kegiatan CSR dan kinerja lingkungan ditambahkan karena dalam analisis memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR.

## **TINJAUAN LITERATUR**

### **Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)**

Teori legitimasi dapat tercapai apabila perusahaan mampu mengungkapkan informasi yang terkait dengan kegiatan operasional perusahaan didalam laporannya yang tentunya tidak bertentangan dengan norma dan nilai sosial yang berkembang dimasyarakat. Melalui pengungkapan CSR tersebut diharapkan perusahaan akan mendapatkan legitimasi dari masyarakat yang akan berdampak pada kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini sejalan dengan pemikiran (Mahmud, 2019) bahwa perusahaan yang mengungkapkan informasi CSR secara komprehensif dan transparan dapat memberikan sinyal kepada *stakeholder* bahwa mereka adalah perusahaan yang bertanggung jawab dan peduli terhadap lingkungan dan masyarakat.

Hal ini dapat meningkatkan citra perusahaan dan kepercayaan *stakeholder*, sehingga dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dan mengurangi risiko. Legitimasi dianggap sebagai cara untuk mempertahankan eksistensi dan keberlangsungan hidup suatu organisasi yang dicapai melalui tindakan organisasi yang sesuai aturan dan dapat diterima secara luas oleh masyarakat. Teori legitimasi menempatkan pandangan atau persepsi dan pengakuan publik sebagai dorongan utama untuk melakukan pengungkapan terkait CSR kepada pihak-pihak yang menerima dampak dari aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan.

## **Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)**

Teori pemangku kepentingan menyatakan bahwa keberadaan perusahaan bergantung pada dukungan para pemangku kepentingan, sehingga kegiatan perusahaan harus mempertimbangkan pengakuan dan kepentingan mereka. Semakin kuat pengaruh pemangku kepentingan, semakin besar kebutuhan perusahaan untuk menyesuaikan diri dengan tuntutan mereka. Dalam konteks ini, pengungkapan sosial dan lingkungan dipandang sebagai bentuk dialog antara perusahaan dan pemangku kepentingannya. Oleh karena itu, perusahaan perlu menjaga reputasinya dengan mengalihkan orientasi dari semata-mata pengukuran ekonomi yang fokus pada pemegang saham, menuju pendekatan yang memperhitungkan faktor sosial sebagai wujud kepedulian dan keberpihakan terhadap isu-isu sosial masyarakat (Zain et al., 2021).

## ***Corporate Social Responsibility***

*Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen untuk menjadi lebih baik kesejahteraan masyarakat melalui praktik bisnis yang bijaksana dan kontribusi sumber daya perusahaan. Mencapai kesuksesan komersial dengan cara yang menghormati nilai-nilai etika dan menghormati manusia, komunitas, dan lingkungan alam. Kesiapan suatu organisasi untuk memasukkan pertimbangan sosial dan lingkungan dalam pengambilan keputusannya dan bertanggung jawab atas dampak keputusan dan kegiatannya terhadap masyarakat dan lingkungan (Sultoni, 2019).

## **Pengaruh *media exposure* terhadap pengungkapan CSR**

*Media exposure* merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Dalam era digital, perusahaan berada di bawah pengawasan ketat publik melalui berbagai platform media, seperti televisi, media cetak, dan media sosial. Semakin banyak *media exposure* yang diberikan oleh perusahaan, semakin besar kemungkinan perusahaan untuk secara proaktif mengungkapkan kegiatan CSR.

*Media exposure* juga memiliki peran strategis dalam membangun reputasi perusahaan. Melalui liputan media, perusahaan dapat menjangkau audiens yang lebih luas untuk mempublikasikan upaya tanggung jawab sosial mereka. *Media exposure* yang positif dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap perusahaan, sehingga perusahaan dengan eksposur media yang tinggi cenderung lebih aktif mengungkapkan laporan CSR untuk mempertahankan citra yang baik.

Hal ini diperkuat dengan teori legitimasi dan teori *stakeholder*. Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan membutuhkan pengakuan dari masyarakat. Melalui media, perusahaan dapat lebih terbuka terhadap aktivitas sosial sehingga menimbulkan empati dari masyarakat. Begitu pula dengan teori *stakeholder*, yang mengharuskan perusahaan mempertimbangkan kepentingan semua pihak yang terlibat dalam operasionalnya. Maka perusahaan dapat berkomunikasi secara efektif dengan pihak yang berkepentingan melalui media. Baik itu berhubungan dengan laporan keuangan maupun non keuangan, serta pengungkapan *corporate social*

*responsibility*. Hasil penelitian (Anissa & Machdar, 2019) (Sparta & Rheadanti, 2019) (Azzahra & Widiastuty, 2023) memberikan bukti empiris bahwa pengungkapan media berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

H<sub>1</sub>: *Media exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

## **Pengaruh kinerja lingkungan terhadap pengungkapan CSR.**

Kinerja lingkungan perusahaan mencerminkan sejauh mana perusahaan berhasil mengelola dampak operasionalnya terhadap lingkungan. Perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik cenderung lebih aktif dalam mengungkapkan informasi CSR mereka sebagai bentuk transparansi dan upaya memperkuat citra positif. Sebaliknya, perusahaan dengan kinerja lingkungan yang buruk sering kali menghadapi tekanan untuk meningkatkan pengungkapan CSR guna mengelola persepsi negatif dan memenuhi harapan pemangku kepentingan. Hal ini diperkuat dengan teori *legitimacy theory*. Teori ini menyatakan bahwa perusahaan harus beroperasi sesuai dengan norma dan nilai yang berlaku di masyarakat agar tetap dianggap sah. Ketika kinerja lingkungan perusahaan memenuhi atau melebihi standar yang diharapkan, maka perusahaan melakukan pengungkapan CSR.

*Stakeholder theory* memberikan kerangka tambahan untuk memahami hubungan ini. Teori ini menekankan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab kepada berbagai pemangku kepentingan. Kinerja lingkungan yang baik dapat digunakan sebagai alat komunikasi kepada pemangku kepentingan bahwa perusahaan peduli terhadap dampak sosial dan lingkungan dari operasinya. Dengan mengungkapkan informasi CSR yang relevan, perusahaan memenuhi tuntutan pemangku kepentingan yang semakin peduli terhadap isu lingkungan. Hasil penelitian (Kholifah, 2022) (Kustina, 2020) memberikan bukti empiris bahwa kinerja lingkungan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

H<sub>2</sub>: Kinerja lingkungan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

## **Pengaruh kepemilikan institusional terhadap pengungkapan CSR**

Kepemilikan institusional merupakan salah satu mekanisme tata kelola perusahaan yang dapat mempengaruhi tingkat pengungkapan CSR. Pemilik institusional, seperti dana pensiun, perusahaan asuransi, atau reksa dana, sering kali memiliki kepentingan dalam memastikan bahwa perusahaan yang mereka miliki dikelola secara bertanggung jawab dan sesuai dengan harapan sosial. Kehadiran pemilik institusional meningkatkan tekanan pada manajemen untuk mengungkapkan informasi CSR yang transparan dan relevan, guna memenuhi harapan investor institusional yang sering kali peduli terhadap isu keberlanjutan dan reputasi.

Hal ini diperkuat dengan teori *legitimacy theory* dengan menjelaskan bahwa perusahaan perlu memastikan legitimasi sosial mereka agar dapat bertahan. Pemilik institusional sering kali memiliki kekuatan untuk mempengaruhi kebijakan perusahaan, termasuk dalam hal transparansi dan tanggung jawab sosial. Dalam upaya memenuhi ekspektasi institusi yang berfokus pada keberlanjutan, perusahaan dengan kepemilikan institusional yang signifikan cenderung lebih aktif dalam

pengungkapan CSR. Hal ini membantu mereka mempertahankan legitimasi di mata pemangku kepentingan.

Teori *stakeholder theory* juga relevan perusahaan bertanggung jawab kepada berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemilik institusional yang memiliki pengaruh signifikan dalam pengambilan keputusan strategis. Oleh karena itu, perusahaan dengan kepemilikan institusional yang tinggi cenderung lebih responsif terhadap tuntutan pengungkapan CSR untuk memenuhi ekspektasi para pemangku kepentingan dan menjaga hubungan yang harmonis dengan investor. Hasil penelitian (Negara et al., 2021) (Kharisma Hardiyanti & Kania Nurcholisah, 2023) memberikan bukti empiris bahwa kepemilikan institusional berpengaruh terhadap pelaksanaan CSR. H<sub>3</sub>: Kepemilikan institusional berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

### **Pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR.**

*Leverage*, mencerminkan tingkat utang perusahaan terhadap ekuitasnya, dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk memenuhi kebutuhan informasi bagi kreditur, investor, dan pemangku kepentingan lainnya. Tingginya *leverage* meningkatkan risiko keuangan perusahaan, sehingga perusahaan perlu menunjukkan tanggung jawab sosialnya melalui pengungkapan CSR.

Hal ini diperkuat dengan teori *legitimacy theory* dengan menjelaskan bahwa perusahaan harus terus mendapatkan legitimasi dari masyarakat dan pemangku kepentingan untuk mempertahankan keberadaannya. Dalam konteks *leverage*, perusahaan dengan utang tinggi cenderung berada di bawah pengawasan yang lebih ketat dari kreditur dan masyarakat. Untuk menjaga legitimasi mereka, perusahaan menggunakan pengungkapan CSR untuk menunjukkan bahwa mereka bertanggung jawab tidak hanya secara finansial tetapi juga sosial dan lingkungan.

*Stakeholder theory* juga menjadi landasan yang relevan dalam menjelaskan hubungan ini. Teori ini menekankan bahwa perusahaan memiliki kewajiban untuk memenuhi kebutuhan informasi berbagai pemangku kepentingan, termasuk kreditur dan investor. Kreditur memandang pengungkapan CSR sebagai indikasi komitmen perusahaan terhadap tata kelola yang baik dan manajemen risiko yang hati-hati. Hasil penelitian (Malisa et al., 2022) (Putra & Ary Wirajaya, 2023) memberikan bukti empiris *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

H<sub>4</sub>: *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

### **Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR.**

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau keuntungan dalam periode tertentu. Profitabilitas mencerminkan efisiensi perusahaan dalam mengelola sumber daya untuk menghasilkan pendapatan lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan. Secara umum, profitabilitas menunjukkan tingkat kesehatan keuangan dan keberhasilan operasional suatu perusahaan.

Profitabilitas memiliki faktor penting yang mempengaruhi tingkat pengungkapan CSR. Perusahaan yang lebih menguntungkan cenderung memiliki sumber daya keuangan yang lebih besar untuk mendukung program CSR dan aktivitas pengungkapannya. Profitabilitas yang tinggi juga memberikan peluang bagi perusahaan untuk meningkatkan reputasi mereka melalui pengungkapan CSR, dengan menunjukkan komitmen terhadap isu sosial dan lingkungan.

Hal ini diperkuat *legitimacy theory* dengan menjelaskan bahwa perusahaan yang lebih menguntungkan memiliki tanggung jawab lebih besar untuk memenuhi ekspektasi sosial. Perusahaan yang memperoleh laba tinggi mungkin menghadapi tekanan dari masyarakat untuk memberikan kontribusi yang lebih besar kepada komunitas dan lingkungan. Dalam upaya menjaga legitimasi mereka, perusahaan yang lebih menguntungkan sering memanfaatkan pengungkapan CSR untuk menunjukkan bahwa mereka bertanggung jawab secara sosial dan memenuhi peran mereka sebagai entitas yang berkontribusi positif pada masyarakat.

Hasil penelitian (Yanti et al., 2021) (Bariroh & Desitama, 2022) memberikan bukti empiris profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

H<sub>5</sub>: Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

## METODE PENELITIAN

Tabel 1. Pengukuran Variabel

Variabel	Indikator	Sumber Referensi
	<b>Variabel Dependen</b>	
Penungkapan corporate social responsibility.	$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$	<i>Global Reporting Initiative</i> dalam <i>sustainability reporting</i>
	<b>Variabel Independen</b>	
Media exposure	Menggunakan variabel dummy, yaitu dengan memberikan nilai 1 apabila perusahaan mengungkapkan kegiatan CSR melalui website perusahaan, dan memberikan nilai 0 apabila perusahaan tidak mengungkapkan kegiatan CSR melalui website perusahaan	(Yasin, 2020)
Kinerja lingkungan	Memberikan peringkat dalam penilaiannya, yaitu: skor 5 bagi perusahaan yang mendapatkan peringkat emas, skor 4 untuk peringkat hijau, skor 3 untuk peringkat biru, skor 2 untuk peringkat merah, skor 1 untuk peringkat hitam, dan skor 0 bagi perusahaan yang tidak mengikuti program PROPER	(Akmala dan Kartika, 2020)

Kepemilikan institusional	$\text{Kepemilikan Institusional} = \frac{\text{Jumlah kepemilikan Saham Institusi}}{\text{Jumlah Saham yang Beredar}}$	(Kusumawati et al., 2018)
Leverage	$\text{Leverage} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$	(Kusumawati et al., 2018)
Profitabilitas	$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$	(Kusumawati et al., 2018)

### Sumber: Hasil Analisis Data, 2025

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Pada penelitian ini yang diteliti mengenai pengaruh *media exposure*, kinerja lingkungan, kepemilikan institusional, *leverage*, dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR pada sektor perusahaan energi dan bahan baku yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2021–2023. Data penelitian diperoleh dari situs <https://www.idx.co.id> serta website masing-masing perusahaan.

Populasi dari penelitian ini adalah sektor perusahaan energi dan bahan baku yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2023, dengan sampel yang dipilih menggunakan purposive sampling, pengambilan data berdasarkan kriteria tertentu. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data sekunder yaitu sumber data yang diperoleh secara tidak langsung melalui pihak ketiga seperti sumber data yang diperoleh melalui buku, jurnal, serta website resmi perusahaan. Data penelitian ini diperoleh dari situs [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) serta website resmi masing-masing perusahaan.

Pengumpulan data menggunakan metode dokumentasi, dengan menghimpun dan menganalisis dokumen tertulis maupun dokumen elektronik seperti menganalisis laporan tahunan yang terbitkan di bursa efek Indonesia dan website resmi perusahaan. Penelitian ini memanfaatkan metode analisis data kuantitatif dengan menggunakan program SPSS sebagai alat uji data. Selain itu, penelitian ini menguji pengaruh *media exposure*, kinerja lingkungan, kepemilikan institusional, *leverage*, dan profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskriptif Objek Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan energi dan bahan baku yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021 hingga 2023. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *media exposure*, kinerja lingkungan, kepemilikan institusional, *leverage*, dan profitabilitas terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan *corporate social responsibility* (CSR). Hasil seleksi sampel dapat dilihat pada Tabel 2:

**Tabel 2 Proses Pengambilan Sampel**

Sumber: Hasil Analisis Data, 2025

No.	Keterangan	Jumlah
1.	Perusahaan energi dan bahan baku yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode pengamatan 2021–2023.	202

2.	Perusahaan yang tidak menyediakan laporan tahunan selama periode 2021–2023.	(59)
3.	Perusahaan yang tidak menyediakan laporan berkelanjutan GRI selama periode 2021–2023.	(71)
4.	Perusahaan yang mengalami kerugian tahun 2021–2023.	(29)
5.	Perusahaan yang tidak menyediakan informasi lengkap yang dibutuhkan peneliti selama periode 2021–2023	(3)
6.	Total sampel selama satu tahun	40
	Total unit analisis selama tiga tahun	120
	Outlier	16
	Total unit analisis selama tiga tahun yang diolah	104

## Statistik Deskriptif

**Tabel 3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif**

Sumber: Hasil Analisis Data, 2025

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Dev
CSR	104	0,107	0,952	0,509	0,231
Media Exposure	104	0,000	1,000	0,750	0,435
Kinerja Lingkungan	104	0,000	5,000	2,000	2,038
Kepemilikan Institusional	104	0,000	0,987	0,642	0,224
Leverage	104	0,046	5,877	0,919	1,016
Profitabilitas	104	0,001	0,593	0,102	0,106

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif terdapat 104 unit analisis yang memiliki nilai rata-rata dari pengungkapan CSR yang diprosikan dengan *sustainability report disclosure index* (SRDI) sebesar 0,509. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata perusahaan sektor energi dan bahan baku yang terdaftar di BEI periode 2021–2023 memiliki SRDI sebesar 50,90%. Rata-rata perusahaan sektor energi dan bahan baku yang terdaftar di BEI periode 2021–2023 mengungkapkan CSR sebanyak 42 item dari 84 item yang perlu diungkapkan. Nilai rata-rata media *exposure* yang diprosikan dengan variabel *dummy* sebesar 0,750. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata perusahaan energi dan bahan baku yang terdaftar di BEI periode 2021–2023 mengungkapkan kegiatan CSR melalui website perusahaan sebesar 75%.

Nilai rata-rata kinerja lingkungan yang di proaksikan dengan peringkat PROPER sebesar 2,000. Hal tersebut dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata kinerja lingkungan perusahaan energi dan bahan baku yang terdaftar di BEI tahun 2001–2023 mendapatkan peringkat PROPER dengan kriteria penilaian dua atau mendapatkan warna merah. Nilai rata-rata kepemilikan saham institusional yang diprosikan dengan proporsi kepemilikan saham institusional sebesar 0,642. Hal ini berarti pada perusahaan energi dan bahan baku yang terdaftar di BEI pada tahun 2021–2023 rata-rata 64,2% saham perusahaan yang dimiliki oleh pihak institusional.

Nilai rata-rata *leverage* yang diproksikan dengan *debt to equity ratio* sebesar 0,919. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata perusahaan energi dan bahan baku yang terdaftar di BEI periode 2021–2023 memiliki rasio antara total utang dengan ekuitas sebesar 91,9%. Angka rata-rata tersebut mengindikasikan bahwa proporsi sumber dana dari utang sebesar 91,9% dari ekuitasnya. Nilai rata-rata profitabilitas yang diproksikan dengan *return on asset* sebesar 0,102. Hal ini dapat diinterpretasikan rata-rata perusahaan sektor energi dan bahan baku yang terdaftar di BEI periode 2021–2023 memiliki kemampuan mendatangkan laba bersih sebesar 10,2% dari total aset.

### Hasil Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 atau 20%, yang menunjukkan bahwa data telah terdistribusi normal karena nilainya lebih besar dari 0,05. Selanjutnya, uji multikolinearitas menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai tolerance di atas 0,10 dan nilai VIF di bawah 10, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas pada model penelitian ini. Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan Spearman rho menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, yang menandakan bahwa persamaan regresi terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

Selain itu, pengujian autokorelasi dengan Durbin-Watson menghasilkan nilai 1,693, yang berada di antara batas bawah dan batas atas (dU sampai 4-dU), sehingga model penelitian tidak mengalami autokorelasi baik positif maupun negatif. Dengan demikian, hasil uji asumsi klasik ini mengindikasikan bahwa data memenuhi syarat untuk analisis regresi lebih lanjut tanpa adanya masalah normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, maupun autokorelasi.

### Hasil Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil tabel 4, maka diperoleh analisis regresi sebagai berikut:  
 $CSR = 0,585 - 0,005 ME + 0,041 KL - 0,277 KI + 0,68 LV - 0,381 PF + \epsilon$

**Tabel 4 Hasil Regresi Linear Berganda**

Sumber: Hasil Analisis Data, 2025

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Keterangan
	B	Std.Error	Beta			
(Constant)	0,585	0,082		7,114	0,000	
Media Exposure Kinerja	-0,005	0,047	-0,009	-0,102	0,919	H1 Ditolak
Lingkungan Kepemilikan Intitusional	0,041	0,010	0,363	4,043	0,000	H2 Diterima
Leverage	-0,277	0,091	-0,268	-3,026	0,003	H3 Diterima
	0,068	0,019	0,299	3,513	0,001	H4 Diterima

Profitabilitas	-0,381	0,212	-0,174	-1,800	0,075	H5 Ditolak
F <sub>sig</sub>					,000 <sup>b</sup>	
F	9,769					
R <sup>2</sup>	,333					
AdjR <sup>2</sup>	,299					

---

Berdasarkan hasil regresi linear berganda, konstanta sebesar 0,585 menunjukkan bahwa jika semua variabel independen (media exposure, kinerja lingkungan, kepemilikan institusional, *leverage*, dan profitabilitas) bernilai nol, pengungkapan CSR tetap sebesar 0,585. Koefisien regresi *media exposure* sebesar -0,005 mengindikasikan bahwa pengungkapan CSR cenderung lebih sempit ketika perusahaan menyampaikan informasi melalui *website*, sedangkan tanpa pengungkapan melalui *website*, cakupan CSR lebih luas.

Kinerja lingkungan memiliki koefisien positif 0,041, yang berarti semakin tinggi skor PROPER perusahaan, semakin luas pengungkapan CSR-nya. Kepemilikan institusional menunjukkan koefisien negatif -0,277, artinya semakin besar proporsi kepemilikan institusional, pengungkapan CSR cenderung lebih terbatas. *Leverage* memiliki koefisien positif 0,068, yang menandakan bahwa perusahaan dengan DER tinggi cenderung mengungkapkan CSR lebih luas. Sebaliknya, profitabilitas dengan koefisien negatif -0,381 menunjukkan bahwa semakin tinggi profitabilitas perusahaan, pengungkapan CSR justru lebih sempit, dan semakin rendah profitabilitas, cakupan pengungkapan CSR semakin luas.

Berdasarkan hasil analisis, nilai F sebesar 9,769 dengan tingkat signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan fit atau layak. Hal ini menandakan bahwa variabel independen yang terdiri dari media exposure, kinerja lingkungan, kepemilikan institusional, *leverage*, dan profitabilitas secara simultan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Selain itu, nilai koefisien determinasi (Adjusted R<sup>2</sup>) sebesar 0,299 mengindikasikan bahwa sekitar 29,9% variasi pengungkapan CSR dapat dijelaskan oleh kelima variabel independen tersebut, sementara sisanya sebesar 70,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Secara parsial, uji t menunjukkan bahwa tiga variabel independen yaitu kinerja lingkungan, kepemilikan institusional, dan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR dengan nilai signifikansi di bawah 0,05. Sebaliknya, *media exposure* dan profitabilitas tidak berpengaruh karena memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Variabel kinerja lingkungan, kepemilikan institusional, dan *leverage* memberikan bukti empiris berpengaruh terhadap secara signifikan terhadap pengungkapan CSR.

## Pembahasan

### **Media exposure tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR**

Hasil penelitian memberikan bukti empiris bahwa *media exposure* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Ada atau tidaknya *media exposure* dalam

website perusahaan tidak akan mempengaruhi proses pengambilan keputusan perusahaan mengenai program CSR. Sehingga *media exposure* yang diposting pada website perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

Hal ini tidak sejalan dengan teori legitimasi, yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki hubungan erat dengan nilai dan norma yang berkembang dalam masyarakat. Pengungkapan CSR melalui media seperti website seharusnya menjadi sarana bagi perusahaan untuk mendapatkan legitimasi publik dan menunjukkan komitmen terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan. Namun, dalam praktiknya perusahaan tampaknya belum sepenuhnya memanfaatkan *media exposure* sebagai instrumen legitimasi, dan masih mengandalkan laporan tahunan sebagai media formal.

Meskipun perusahaan berupaya mendokumentasikan serta membangun legitimasi atas aktivitas dan kinerja CSR melalui situs web agar dapat diakses oleh para pemangku kepentingan, hal tersebut belum mampu memberikan pengaruh terhadap pengambilan keputusan yang bersifat strategis, taktis, maupun operasional. Temuan ini mengindikasikan bahwa *media exposure* belum cukup efektif dalam mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi CSR secara menyeluruh dan komprehensif. Hasil penelitian ini konsisten dengan Yuliandhari & Wulandari (2024), Haidah et al (2021) yang memberikan bukti *media exposure* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

## **Kinerja lingkungan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR**

Hasil penelitian memberikan bukti empiris bahwa kinerja lingkungan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Program PROPER memberikan kontribusi signifikan terhadap pengungkapan CSR. Keikutsertaan perusahaan dalam program ini diharapkan mampu mendorong peningkatan kepedulian terhadap aspek lingkungan. Perusahaan yang terlibat dalam PROPER umumnya lebih aktif dalam menjalankan serta melaporkan aktivitas CSR perusahaan.

Perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik cenderung menunjukkan kepedulian sosial yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan dengan kinerja yang buruk atau tidak mengikuti PROPER. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang mengikuti serta memiliki peringkat PROPER yang baik cenderung mengelola lingkungan perusahaan dengan baik pula serta melakukan pengungkapan CSR dengan lengkap. Mereka tidak hanya fokus pada isu lingkungan, tetapi juga memperhatikan tenaga kerja, produk, dan masyarakat umum.

Temuan ini selaras dengan teori *stakeholder*, yang menyatakan bahwa perusahaan harus memberi manfaat kepada seluruh pemangku kepentingan. Hal ini juga mencerminkan komitmen terhadap CSR, di mana perusahaan berkontribusi dalam menciptakan lingkungan yang bersih dan masyarakat yang lebih baik. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian (Kholifah, 2022) serta Rahmadani et al (2024) yang memberikan bukti empiris kinerja lingkungan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

## **Kepemilikan institusional berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.**

Hasil penelitian memberikan bukti empiris bahwa kepemilikan institusional berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil ini menunjukkan bahwa persentase saham yang dimiliki oleh institusi, baik lembaga keuangan, perusahaan investasi, maupun institusi domestik lainnya, memengaruhi perusahaan untuk pengungkapan CSR.

Temuan ini sejalan dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional mendorong manajemen untuk lebih memperhatikan kepentingan para *stakeholder*, termasuk aspek sosial dan lingkungan. Hal ini dapat dijelaskan karena institusi pada umumnya memiliki orientasi jangka panjang sehingga menuntut perusahaan untuk menjaga keberlanjutan usahanya melalui praktik CSR yang lebih baik

Kepemilikan institusional juga memperkuat mekanisme pengawasan terhadap manajemen. Adanya pengawasan yang lebih ketat, manajemen terdorong untuk menggunakan sumber daya perusahaan secara efisien dan melakukan pengelolaan limbah yang lebih bertanggung jawab. Kondisi tersebut pada akhirnya meningkatkan kualitas maupun kuantitas pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rohman, 2024) dan (Negara et al., 2021) yang memberikan bukti empiris bahwa kepemilikan institusional berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

## **Leverage berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.**

Hasil penelitian memberikan bukti empiris bahwa *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Semakin tinggi rasio *leverage*, perusahaan akan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial secara lebih luas dan transparan karena, pengungkapan CSR dijadikan sebagai alat komunikasi strategis dalam menyampaikan bahwa perusahaan tetap peduli terhadap lingkungan dan masyarakat meskipun memiliki risiko finansial yang tinggi.

Berdasarkan teori *stakeholder*, perusahaan memiliki tanggung jawab untuk memperhatikan kepentingan seluruh pihak. Dalam konteks ini, perusahaan dengan rasio *leverage* tinggi dituntut untuk memberikan lebih banyak informasi non-keuangan, termasuk laporan CSR, guna memenuhi ekspektasi para *stakeholder* dan membangun kembali kepercayaan mereka terhadap perusahaan. Pengungkapan ini menjadi penting untuk menunjukkan bahwa perusahaan tetap bertanggung jawab secara sosial, terlepas dari tekanan keuangan yang dihadapi.

Selain itu, penggunaan utang secara bijaksana dapat menjadi alat untuk mendorong efektivitas manajerial. Ketika *leverage* tinggi, manajemen didorong untuk lebih efisien dalam mengelola kegiatan usaha serta lebih aktif dalam mengungkapkan informasi sosial sebagai bentuk akuntabilitas publik. Dengan demikian, tingginya rasio *leverage* berpotensi mendorong pengungkapan CSR yang lebih luas, baik sebagai bentuk tanggung jawab sosial maupun sebagai strategi mempertahankan dukungan *stakeholder* dan legitimasi sosial perusahaan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Putra & Wirajaya (2023) serta Malisa et al (2022) yang memberikan bukti empiris bahwa *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

### **Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.**

Hasil penelitian memberikan bukti empiris bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sehingga disimpulkan bahwa tinggi rendahnya rasio profit perusahaan tidak berpengaruh pada keputusan perusahaan dalam mengungkap CSR.

Hasil ini juga bertentangan dengan teori legitimasi, yang menekankan pentingnya perusahaan untuk menunjukkan kepatuhan terhadap nilai dan norma sosial guna memperoleh legitimasi dari masyarakat. Dalam konteks ini, pengungkapan CSR merupakan salah satu cara bagi perusahaan untuk mempertahankan eksistensinya dalam lingkungan sosial. Oleh karena itu, tidak berpengaruhnya antara profitabilitas dan pengungkapan CSR menunjukkan bahwa perusahaan belum memanfaatkan kinerjanya untuk memperkuat legitimasi sosialnya.

Perusahaan yang memiliki tingkat keuntungan tinggi, membuat manajer merasa tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu kepentingan perusahaan untuk mengalokasikan keuntungan sebagai tujuan kepentingan manajer. Perusahaan cenderung lebih fokus pada keuntungan investasi dan kepentingan bisnis untuk menunjang keberlangsungan perusahaan. Sehingga perusahaan lebih tidak memperhatikan sikap timbal balik pada masyarakat berupa tanggungjawab sosialnya.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Subadriyah & Zihanna Syafinatun Nayyiroh (2021) , (Trisnawati et al (2022) , Danduru et al (2024) serta yang memberikan bukti empiris bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *media exposure*, kinerja lingkungan, kepemilikan institusional, *leverage*, dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan sektor energi dan bahan baku yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021–2023. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *media exposure* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, ada atau tidaknya *media exposure* dalam website perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

Kinerja lingkungan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR, semakin tinggi skor PROPER (peringkat emas), maka pengungkapan CSR perusahaan akan semakin luas. Kepemilikan institusional berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR, besar kecilnya proporsi kepemilikan institusional berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

*Leverage* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengungkapan pengungkapan CSR. Artinya semakin tinggi rasio *leverage* (DER) maka pengungkapan

CSR semakin luas. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, tinggi rendahnya profitabilitas perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian ini memiliki keterbatasan, penelitian dilakukan pada lingkup perusahaan energi dan bahan baku yang terdaftar di BEI periode 2021–2023. Hasil uji koefisien determinasi (*adjusted R square*) pengungkapan *corporate social responsibility* dijelaskan oleh variabel dependen sebesar 29,9% dan sisanya sebesar 70,1% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

Saran untuk penelitian selanjutnya, peneliti diharapkan memperluas objek penelitian ke seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI atau sektor lain, memperpanjang periode penelitian, dan menambahkan variabel independen lain seperti ukuran perusahaan, likuiditas, dan pengendalian internal sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aguinis, H., & Glavas, A. (2019). *On Corporate Social Responsibility, Sensemaking, and the Search for Meaningfulness Through Work*. *Journal of Management*, 45(3), 1057–1086. <https://doi.org/10.1177/0149206317691575>
- Anissa, C. D., & Machdar, N. M. (2019). *Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, dan Profitabilitas terhadap CSR*, 8(2), 135–148.
- Aras, G., & Crowther, D. (2016). *Corporate Social Responsibility: A Broader View of Corporate Governance*. In *A Handbook of Corporate Governance and Social Responsibility*. <https://doi.org/10.4324/9781315564791-18>
- Azzahra, N., & Widiastuty, E. (2023). *Peran Reputasi Perusahaan Sebagai Pemediastu Pada Pengaruh Pengungkapan Website CSR terhadap Kinerja Bisnis Perusahaan*. *Akurasi : Jurnal Studi Akuntansi Dan Keuangan*, 6(1), 33–54. <https://doi.org/10.29303/akurasi.v6i1.355>
- Bariroh, A., & Desitama, F. S. (2022). *the Influence of Company Size, Leverage, Institutional Ownership and Board of Commissioners Size on Corporate Social Responsibility Disclosure*. *Jurnal Ipteks Terapan*, 16, 525–532.
- Carroll, A. B. (2015). *Corporate Social Responsibility: The Centerpiece of Competing and Complementary Frameworks*. *Organizational Dynamics*, 44(2), 87–96. <https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2015.02.002>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Mixed Methods Procedures*. In *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*.
- Danduru, B. P., Susanto, E. E., Bandaso, S., Nuryadin, A. A., & Andalia, A. (2024). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR*. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 586–604. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4052>

- Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). *Organizational Legitimacy: Social Values and Organizational Behavior*. *Pacific Sociological Review*, 18(1), 122–136. <https://doi.org/10.2307/1388226>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete SPSS 25* (9th ed.). Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro., 2018.
- Haidah, N., Saebani, A., & Wibawaningsih, E. J. (2021). *Pengaruh Kinerja Lingkungan, Manajemen Laba, dan Media Exposure terhadap CSR Disclosure*. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 2, 17–28.
- Hassan, N. E. N. (2021). *Corporate Sustainability and Financial Performance of Middle Eastern Islamic Banks*. *Industry and Higher Education*, 3(1), 1689–1699.
- Kharisma Hardiyanti, & Kania Nurcholisah. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelaporan Keuangan dan Debt Maturity terhadap Efisiensi Investasi*. *Jurnal Riset Akuntansi*, 1–10. <https://doi.org/10.29313/jra.v3i1.1759>
- 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>
- 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>
- Kusumawati, E., Trisnawati, R., & Achyani, F. (2018). *Analisis Laporan Keuangan (Tinjauan Kasus dan Riset Empiris)*. Muhammadiyah University Press.
- Mahmud, M. T. (2019). *Legimitacy Theory and Its Relationship to CSR disclosure*. March.
- Malisa, Y., Gultom, S. A., & Sibarani, J. L. (2022). *Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Ukuran KAP terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)*. *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perpajakan*, 5(2), 114–127. <https://doi.org/10.51510/jakp.v5i2.985>
- Negara, A. K., Apriyanti, M. D., Sarra, H. D., & Sari, S. P. (2021). *Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, dan Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure*. *Jurnal Comparative: Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 117. <https://doi.org/10.31000/combis.v3i2.7638>
- Putra, I. K. S., & Ary Wirajaya, I. G. (2023). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Dewan Komisaris terhadap Intensitas Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 12(07), 1254. <https://doi.org/10.24843/eeb.2023.v12.i07.p02>
- Putra, I. K. S., & Wirajaya, I. G. A. W. (2023). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Dewan Komisaris terhadap Intensitas Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. 12(07), 1254–1265.
- Rahmadani, H. S., Akuntansi, P., Riau, U. I., Akuntansi, P., Riau, U. I., Size, C., & Social, C. (2024). *Pengaruh Kinerja Lingkungan , Company Size , Leverage dan*

- Profitabilitas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Basic Materials yang Terdaftar di BEI Tahun 2020-2022.* Journal of Islamic Finance and Accounting Research. 3(2), 91–106.
- Rohman, T. (2024). *Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Asing, dan Leverage terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Sektor Energi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2022* Taufiqur Rohman1 Institut Teknologi dan Bisnis. 10(April), 1–23. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11316172>
- Shim, J., Moon, J., Lee, W. S., & Chung, N. (2021). *The impact of CSR on Corporate Value of Restaurant Businesses Using Triple Bottom Line Theory.* Sustainability (Switzerland), 13(4), 1–14. <https://doi.org/10.3390/su13042131>
- Sparta, S., & Rheadanti, D. K. (2019). *Pengaruh Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perusahaan Manufaktur Terdaftar di BEI.* Equity, 22(1), 12–25. <https://doi.org/10.34209/equ.v22i1.903>
- Subadriyah, S., & Zihanna Syafinatun Nayyiroh. (2021). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility.* Indonesian Accounting Literacy Journal, 1(3), 727–733. <https://doi.org/10.35313/ialj.v1i3.3524>
- Sultoni, M. H. (2019). *Corporate Social Responsibility (Kajian Korelasi Program CSR terhadap Citra Perusahaan).* In Encyclopedia of the UN Sustainable Development Goals (Vol. 06, Issue 03).
- Suryandari, N. N. A., & Mongan, F. F. A. (2020). *Nilai Perusahaan Ditinjau dari Tanggung Jawab Sosial, Tata Kelola, dan Kesempatan Investasi Perusahaan.* Accounting Profession Journal, 2(2), 94–103. <https://doi.org/10.35593/apaji.v2i2.17>
- Thornhill, M. N. K. S. P. L. A. (2019). *Research Methods for Business Students* (8th ed.). Pearson.
- Trisnawati, R., Dwi Wardati, S., & Putri, E. (2022). *The Influence of Majority Ownership, Profitability, Size of the Board of Directors, and Frequency of Board of Commissioners Meetings on Sustainability Report Disclosure.* Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia, 7(1), 94–104. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v7i1.17783>
- Yanti, N. L. E. K., Endiana, I. D. M., & Pramesti, I. G. A. A. (2021). *Pengaruh Ukuran Perusahan, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility.* Ekonomi Bisnis, 3(1), 43–51.
- 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>
- Zain, R. N. W., Hendriyani, C., Nugroho, D., & Ruslan, B. (2021). *Implementation of CSR Activities from Stakeholder Theory Perspective in Wika Mengajar.* Abiwarra :

# *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*

Vol 8 No 1 (2026) 594 - 612 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351

DOI: 10.47467/alkharaj.v8i1.10964

Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis, 3(1), 102-107.  
<https://doi.org/10.31334/abiwara.v3i1.1846>