

## **Pengaruh *Green Accounting*, Tanggung Jawab Lingkungan, Gender Diversity, Media Exposure, Slack Resources Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)**

**Galuh Candra Kirana<sup>1\*</sup>, Rina Trisnawati<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Fakultas Ekonomi Bisnis Jurusan Akuntansi, Universitas Muhammadiyah  
Surakarta, Indonesia  
kiranagaluhcandra61@gmail.com, rt116@ums.ac.id

### **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of green accounting, environmental responsibility, gender diversity, media exposure, and slack resources on Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure in food and beverage sector companies listed on the (IDX) for the period 2019–2023. The sampling technique used the purposive sampling method and obtained 15 companies. With a total final sample of 55. The research method used is quantitative, with secondary data obtained from the company's annual report. Data analysis was carried out using multiple linear regression with the help of the SPSS 25 program. The results of the study showed that only media exposure had a significant positive effect on CSR disclosure, while green accounting, environmental responsibility, gender diversity, and slack resources did not have a significant effect on CSR disclosure.*

**Keywords:** CSR, green accounting, environmental responsibility, gender diversity, media exposure, slack resources.

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *green accounting*, tanggung jawab lingkungan, *gender diversity*, *media exposure*, dan *Slack resources* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019–2023. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dan memperoleh 15 perusahaan yang memenuhi kriteria. Dengan total sampel akhir sebanyak 55. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dengan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan. Analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya *media exposure* yang berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, sementara *green accounting*, tanggung jawab lingkungan, *gender diversity*, dan *slack resources* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

**Kata Kunci:** CSR, *green accounting*, tanggung jawab lingkungan, *gender diversity*, *media exposure*, *slack resources*.

### **PENDAHULUAN**

Perusahaan *food and beverage* merupakan salah satu contoh dari sekian banyak perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi makanan dan minuman. Yang kita tahu perusahaan *food and beverage* akan menghasilkan limbah sangat

banyak yang dapat mencemari lingkungan sekitarnya, maka dari itu perusahaan harus lebih baik dalam memperhatikan dan mengelola dampaknya. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) menyatakan bahwa jumlah timbulan sampah secara nasional sebanyak 175.000 ton per hari atau setara 64 juta ton per tahun, dan jika diasumsikan setiap orang menghasilkan sampah 0,7 kg per hari. Hanya 10-15% dari sampah plastik yang berhasil didaur ulang, sementara sisanya menumpuk dan mencemari lingkungan. Industri makanan dan minuman merupakan kontributor besar terhadap sampah plastik ini, terutama karena meningkatnya penggunaan kemasan *sachet* yang ekonomis (Artianti et al., 2024).

Selain isu lingkungan, sektor ini juga menghadapi persoalan sosial yang serius. Pada 2019, *Greenpeace* melaporkan bahwa perusahaan makanan dan minuman termasuk penyumbang sampah plastik terbesar. Sementara itu, pada 2020, kasus eksploitasi buruh terjadi di PT Alpen Food Industry (AFI), di mana buruh dipaksa tetap bekerja meskipun sedang hamil, menyebabkan kasus keguguran dan PHK sepihak Kompasiana.com, (2021). Isu pencemaran lingkungan juga menyeruak, seperti yang diduga dilakukan oleh PT Indofood CBP yang membuang limbah berbahaya ke sungai, (Detik news, 2021).

CSR merupakan bentuk komitmen perusahaan terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Perusahaan wajib mengungkapkan kegiatan CSR dalam laporan berkelanjutan atau laporan tahunan sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada seluruh pemangku kepentingan. Di Indonesia, CSR diatur dalam berbagai perundang-undangan, seperti UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, dan PP No. 47 Tahun 2012 yang mewajibkan pelaporan CSR dalam laporan tahunan dan saat RUPS. CSR dipercaya dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan menjadi indikator pengelolaan sosial-lingkungan yang baik Totanan et al., (2022).

*Green accounting* merupakan konsep yang mengintegrasikan aspek keuangan, sosial, dan lingkungan dalam pelaporan perusahaan. Hal ini membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih bertanggung jawab. Perusahaan dituntut untuk menyesuaikan diri dengan norma masyarakat dan menjaga lingkungan di sekitar perusahaan Fauzan & Salira, (2022). Namun, studi terkait menunjukkan hasil yang berbeda-beda ada yang menyatakan *green accounting* berpengaruh positif terhadap CSR Cyhintia & Sofyan (2023), namun ada pula yang menyebutkan *green accounting* tidak berpengaruh terhadap CSR (Saputri & Setyowati, 2024).

Tanggung jawab lingkungan juga menjadi isu penting yang harus diintegrasikan dalam laporan keuangan melalui proses akuntansi. Penilaian kinerja lingkungan di Indonesia mengacu pada sistem PROPER sesuai Peraturan Menteri Lingkungan Hidup No. 3 Tahun 2014. Hasil penelitian pun menunjukkan perbedaan, beberapa menyatakan tanggung jawab lingkungan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR Totanan et al., (2022), namun ada pula yang tidak menemukan pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR (Sukasih & Sugiyanto, 2017).

*Gender diversity* mengacu pada kehadiran perempuan dalam jajaran dewan komisaris atau direksi. Keberagaman ini dianggap penting karena dapat memperkaya sudut pandang dan keputusan strategis perusahaan. Di Indonesia, keterlibatan

perempuan dalam manajemen perusahaan semakin meningkat, meskipun budaya patriarki masih dominan. Penelitian oleh Rohmah et al., (2022) menyebutkan bahwa *gender diversity* berpengaruh terhadap CSR, sedangkan Pratama et al., (2024) berpendapat sebaliknya yang menyatakan *gender diversity* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

*Media exposure* juga mempengaruhi citra perusahaan dalam konteks CSR. Komunikasi CSR yang efektif melalui media baik televisi, surat kabar, maupun internet dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan kepercayaan publik. *Website* perusahaan merupakan saluran komunikasi paling efektif saat ini karena aksesibilitas dan jangkauannya. Penelitian Nazar & Istiqomah (2023) menunjukkan bahwa *media exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, tetapi hasil ini tidak sejalan oleh penelitian dari Sarra & Alamsyah (2020) yang menemukan tidak adanya pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

*Slack resources* atau kelebihan sumber daya juga memainkan peran penting dalam pengungkapan CSR. Sumber daya ini memberi ruang bagi perusahaan untuk beradaptasi dan mengadopsi strategi tertentu. Pengukuran *slack resources* biasanya dilakukan dengan melihat kas dan setara kas dalam bentuk logaritma natural. Pada penelitian Hidayah & Anwar (2023) menemukan bahwa *slack resources* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, namun Rohmah et al., (2022) tidak menemukan pengaruh tersebut.

Penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang belum konsisten mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengembangkan studi Nazar & Istiqomah (2023) dengan menambahkan variabel *green accounting*, tanggung jawab lingkungan dan *gender diversity* sebagai variabel independen. *Green accounting* dipilih karena mencerminkan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan, Sedangkan tanggung jawab lingkungan karena pentingnya transparansi atas dampak aktivitas bisnis, dan *gender diversity* dipilih karena keragaman dewan diyakini dapat membantu dalam keputusan strategis perusahaan dalam konteks sosial-lingkungan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh implementasi *green accounting*, tanggung jawab lingkungan, *gender diversity*, *media exposure*, dan *slack resources* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019–2023. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam menjelaskan lebih lanjut faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR.

## TINJAUAN LITERATUR

### **Teori Pemangku Kepentingan (*Theory Stakeholder*)**

Teori ini menggabungkan tiga faktor yang dapat membantu dalam pencapaian perubahan berkelanjutan, yaitu manajemen, etika, dan pemangku kepentingan. CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan harus mengikuti pendekatan dan memenuhi

harapan *stakeholder* karena kegiatan perusahaan dipengaruhi dan mempengaruhi *stakeholder*, sehingga perusahaan tidak dapat mengabaikan kondisi sosial dan lingkungan. Pengungkapan CSR perusahaan juga dianggap sebagai bentuk komunikasi antara manajemen perusahaan dengan para pemangku kepentingan. (Sugiarti, 2020).

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

Teori legitimasi beranggapan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat sekitar, Menurut teori ini, perusahaan berusaha untuk menyesuaikan keadaan dengan peraturan, norma dan etika yang berlaku dimasyarakat agar dapat diterima di lingkungan eksternal. Sehingga bisa berjalan dengan baik tanpa adanya konflik dimasyarakat atau dilingkungan tempat beroperasi. Maka perusahaan perlu mengembangkan kegiatan *corporate social responsibility* (CSR), dengan harapan akan memberikan kontribusi positif bagi masyarakat sekitar (Sarra & Alamsyah, 2020)

### **Corporate Social Responsibility (CSR)**

*Corporate social responsibility* (CSR) adalah sebuah konsep yang telah menjadi dominan dalam pelaporan bisnis. Menurut Saputri & Setyowati, (2024) CSR mengurangi dampak negatif dan memaksimalkan manfaat baik terhadap elemen ekonomi, sosial, dan lingkungan. Pengungkapan CSR diwujudkan melalui laporan pertanggungjawaban sosial perusahaan sebagai komitmen dan kepeduliannya terhadap lingkungan. Pengungkapan CSR diharapkan dapat memenuhi informasi yang dibutuhkan pemangku kepentingan.

### **Green Accounting**

*Green accounting* adalah suatu metode akuntansi yang menitikberatkan pada aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam rangka menghasilkan informasi akuntansi yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang terlibat Cyhintia & Sofyan, (2023). Konsep *green accounting* adalah biaya yang digunakan sebagai aplikasi akuntansi yang berupaya melindungi lingkungan. Berdasarkan *legitimacy theory*, proses untuk mendapatkan legitimasi berkaitan dengan kontrak sosial yang dibuat antara perusahaan dengan pihak masyarakat sekitar. Dalam hal ini, *green accounting* diciptakan untuk melihat tingkat ketaatan perusahaan berdasarkan peraturan yang berlaku. Penelitian membuktikan adanya pengaruh yang kuat antara *green accounting* dan *corporate social responsibility*. Hal tersebut disebabkan karena *green accounting* merupakan salah satu bagian dari praktik CSR dimana perusahaan menjadikan *green accounting* sebagai bagian dari tanggung jawab sosial Fauzan & Salira, (2022). Seperti penelitian dari Pratama et al (2024) memperoleh hasil bahwa *green accounting* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Berdasarkan penelitian tersebut, dapat dirumuskan sebagai berikut.

**H<sub>1</sub>:** *Green Accounting* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

## Tanggung Jawab Lingkungan

Menurut Totanan et al., (2022) Perusahaan dengan *environmental performance* yang baik perlu mengungkapkan informasi kuantitas dan mutu lingkungan yang lebih dibandingkan dengan perusahaan dengan *environmental performance* lebih buruk. Semakin banyak peran perusahaan dalam kegiatan lingkungannya, maka akan semakin banyak pula yang harus diungkapkan oleh perusahaan mengenai kinerja lingkungan yang dilakukannya dalam laporan tahunannya. *Theory stakeholder* menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan yang telah mengikuti PROPER akan lebih intens dalam melakukan dan melaporkan tanggung jawab sosialnya, karena dengan perusahaan melaporkan tanggung jawab sosialnya dalam *annual report* dapat menarik para investor. Hal ini menggambarkan bahwa perusahaan dengan tanggung jawab lingkungan yang baik akan cenderung mengungkapkan *performance* mereka, karena percaya hal tersebut menggambarkan berita baik bagi pelaku pasar. Penelitian dari Totanan et al., (2022) menunjukkan bahwa tanggung jawab lingkungan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Berdasarkan penelitian tersebut, dapat dirumuskan sebagai berikut.

**H<sub>2</sub>** : Tanggung Jawab Lingkungan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

## Gender Diversity

*Gender diversity* merupakan keragaman yang berfokus pada keberadaan anggota dewan komisaris dan direksi wanita suatu perusahaan. Tingkat kepedulian wanita kepada permasalahan lingkungan dan sosial lebih tinggi dibandingkan dengan pria. Sehingga memiliki wanita di dewan perusahaan dipandang sebagai cara untuk meningkatkan reputasi perusahaan melalui CSR. Semakin banyak wanita yang ada di jajaran dewan direksi, semakin meningkatkan kualitas keputusan yang diambil. Mengacu pada *teory stakeholder*, perusahaan yang memiliki wanita dalam jajaran dewan akan membantu terjalinnya hubungan yang baik dengan *stakeholders*. Wanita dianggap lebih bijaksana dan berhati-hati dalam pengambilan keputusan dan lebih sensitif dengan masalah lingkungan dan sosial. Tingkat kepedulian wanita kepada permasalahan lingkungan dan sosial lebih tinggi dibandingkan dengan pria. Sehingga memiliki wanita di dewan perusahaan dipandang sebagai cara untuk meningkatkan reputasi perusahaan melalui CSR. Dari penelitian tersebut, dapat diambil rumusan sebagai berikut. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Lie (2023) yang menunjukkan bahwa *gender diversity* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Dari penelitian tersebut, dapat diambil rumusan sebagai berikut.

**H<sub>3</sub>**: *Gender Diversity* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

## **Media Exposure**

Menurut Hidayah & Anwar (2023) media *website* merupakan media efektif yang didukung oleh pengguna internet pada zaman sekarang. Peran *media exposure* dianggap dapat mendongkrak reputasi perusahaan, komunikasi CSR melalui media dapat menjadi salah satu metode pengungkapan CSR yang paling berpengaruh.

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 pemangku kepentingan dengan cara yang cepat dan efektif melalui *website*. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Nazar & Istiqomah (2023) yang menunjukkan bahwa *media exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Berdasarkan penelitian tersebut, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

**H<sub>4</sub>:** *Media Exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

## **Slack Resources**

*Slack resources* merupakan 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*. *Slack resources* berkaitan dengan sumber daya yang dimiliki perusahaan. Perusahaan dapat semaksimal mungkin memanfaatkan sumber daya yang digunakan dalam pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini didukung dengan adanya *teory resource based* bahwa ketika perusahaan memiliki *slack resources* tinggi maka memunculkan kemampuan tinggi perusahaan untuk berinvestasi pada aktivitas dan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Penelitian yang dilakukan oleh Nazar & Istiqomah (2023) mengemukakan bahwa *slack resources* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Berdasarkan penelitian tersebut, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

**H<sub>5</sub>:** *Slack Resources* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh *green accounting*, tanggungjawab lingkungan, *gender diversity*, *media exposure*, dan *slack resources* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023. Data sekunder diperoleh melalui dokumentasi *annual report* perusahaan yang diakses dari [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan website resmi

perusahaan. Objek penelitian mencakup seluruh perusahaan sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023 yang diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Analisis data menggunakan program SPSS versi 25, berdasarkan kriteria sampel diperoleh 15 perusahaan per tahun sehingga total data awal sebanyak 75, namun setelah mengeluarkan 20 data *outlier*, jumlah sampel akhir yang digunakan sebanyak 55 dengan melakukan pengujian berupa analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi) dan analisis regresi berganda untuk pengujian hipotesis dengan mempertimbangkan kelayakan model dan koefisien determinasi.

**Tabel 1. Pengukuran Variabel**

Variabel	Pengukuran	Sumber
<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Pengungkapan CSR = $\frac{\sum X_{ij}}{n_j}$	Sarra & Alamsyah (2020)
<i>Green Accounting</i> (GA)	Metode perubahan <i>earning</i> . $\Delta E_{j,t} = E_{j,t} - E_{j,t-1}$	Wijayanti & Dondoan (2022)
Tanggung Jawab Lingkungan (TJL)	Standar Nilai PROPER dari Kementerian Lingkungan Hidup, Dengan skor: Emas(5), Hijau (4), Biru(3), Merah(2) dan Hitam(1)	Totanan et al. (2022)
<i>Gender Diversity</i> (GD)	$\frac{\text{Dewan komisaris dan direksi perempuan}}{\text{Jumlah Dewan komisaris dan direksi}} \times 100\%$	Rohmah et al. (2022)
<i>Media Exposure</i> (ME)	Metode <i>dummy</i> , dengan nilai: 1: Perusahaan yang mengungkapkan kegiatan CSR di media <i>website</i> . 0: Perusahaan yang tidak mengungkapkan kegiatan CSR di media <i>website</i> .	Sarra & Alamsyah, (2020)
<i>Slack Resources</i> (SR)	$Ln = \text{Total kas dan setara kas}$	Sugiarti (2020)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Statistik Deskriptif

**Tabel 2. Hasil Analisis Statistik Deskriptif**

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Dev
----------	---	---------	---------	------	----------

GA	55	-1,235E+	2,916E+	1,99530E+	7,46130E+
TJL	55	0,000	4,000	1,92727	1,549845
GD	55	0,071	0,438	0,22989	0,105853
ME	55	0,000	1,000	0,63636	0,485479
SR	55	77,797	1,544E+	1,89060E+	3,36423E+
CSR	55	0,099	0,451	0,29910	0,087009
Valid N (listwise)	55				

Sumber: Hasil Analisis Data, 2025

Berdasarkan tabel 2 hasil statistik deskriptif variabel penelitian:

- a. *Corporate Social Responsibility* (CSR): Analisis tahun 2019–2023, nilai CSR minimum sebesar 0,099 (PT Palma Serasih Tbk, 2019) dan maksimum 0,451 (PT Dharma Satya Nusantara Tbk, 2023). Rata-rata sebesar 0,29910 (29,91%) dengan standar deviasi 0,087009, menunjukkan pelaksanaan CSR sudah cukup merata dan mendekati standar ideal yaitu sebesar 30%.
- b. *Green Accounting*: Memiliki nilai minimum -1,235E+ (PT Jaya Agra Wattie Tbk, 2022) dan maksimum 2,916E+ (PT Palma Serasih Tbk, 2023). Rata-rata sebesar 1.99530E+ dengan standar deviasi 7,46130E+, menunjukkan penerapan *green accounting* belum merata dan sangat bervariasi antar perusahaan.
- c. Tanggung Jawab Lingkungan: Memiliki nilai minimum 0,000, (PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (CEKA) pada tahun 2019 dan 2020 dan lainnya.), nilai maksimum 4,000 (PT Sekar Bumi Tbk (SKBM) pada tahun 2023 dan lainnya). Rata-rata sebesar 1,92727 dengan standar deviasi 1,549845, menunjukkan banyak perusahaan telah aktif dalam pelestarian lingkungan.
- d. *Gender Diversity*: Rentang nilai antara 0,071 (PT Sinar Mas Agro Resources and Technology Tbk (SMAR) pada tahun 2022–2023) dan 0,438 (PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) tahun 2020), dengan rata-rata 0,22989 dan standar deviasi 0,105853. Hal ini menunjukkan tingkat keberagaman *gender* dalam dewan perusahaan masih rendah dan berada di bawah batas ideal 30%.
- e. *Media Exposure*: Memiliki nilai minimum 0,000 pada perusahaan seperti (PT Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI) pada tahun 2019-2020 dan lainnya) dan maksimum 1,000 pada beberapa perusahaan seperti (PT Unilever Indonesia (UNVR) di tahun 2020 dan lainnya.) Rata-rata 0,63636 (63,636%) dan standar deviasi 0,485479, menunjukkan sebagian besar perusahaan sudah aktif menyampaikan kegiatan CSR melalui media.
- f. *Slack Resources*: Nilai minimum 77,797 (PT Central Proteina Prima Tbk (CPRO) 2023) dan maksimum 1,544E+ (PT Palma Serasih Tbk (PSGO) tahun 2023), dengan rata-rata 1.89060E+ dan standar deviasi 3.36423E+. Hasil ini menunjukkan adanya potensi strategis dalam bentuk sumber daya tidak terpakai.

## Hasil Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)	Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
Residual Tak Ternormalisasi	0,200	Data terdistribusi Normal (karena nilai sig > 0,05)

Sumber: Hasil Analisis Data, 2025

Hasil uji normalitas menggunakan *One Sample Kolmogorov- Smirnov Test* nilai *Asmp. Sig. (2-tailed)* yaitu 0,200. Hal ini berarti bawah *Asmp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdistribusi secara normal.

### Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
GA	0,810	1,234	Tidak Terjadi Multikolinieritas
TJL	0,798	1,254	Tidak Terjadi Multikolinieritas
GD	0,794	1,259	Tidak Terjadi Multikolinieritas
ME	0,798	1,253	Tidak Terjadi Multikolinieritas
SR	0,726	1,378	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber: Hasil Analisis Data, 2025

Berdasarkan hasil pengujian di atas menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai *Tolerance* (TOL)  $\geq 0,10$  dan nilai VIF  $\leq 10$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari multikolinearitas.

### Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	sig. (2-tailed)	Keterangan
GA	0,575	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
TJL	0,794	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
GD	0,722	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
ME	0,1000	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
SR	0,767	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Analisis Data, 2025

Berdasarkan hasil pengujian di atas menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai signifikansi  $> 0,05$  ( $\alpha > 0,05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

## Uji Autokorelasi

**Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi**

Durbin Watson	Keterangan
1,397	Tidak Terjadi Autokorelasi

Sumber: Hasil Analisis Data, 2025

Berdasarkan hasil pengujian autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan metode *Durbin Watson* menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 1,397 yang mana jumlah variabel independen (k) 5 adalah 1,3734 (dU) sampai 2,2319 (4-dU) karena 1,397 masih berada diantara nilai diatas ( $1,3743 < 1,397 < 2,2319$ ) maka dapat disimpulkan data penelitian tidak terjadi masalah autokorelasi.

## Hasil Pengujian Hipotesis

### Uji F

**Tabel 7. Hasil Uji F**

Model	F	Sig.
1 Regression	6,578	< 0,001 <sup>b</sup>
Residual		
Total		

Sumber: Hasil Analisis Data, 2025

Berdasarkan Tabel 7, hasil uji simultan (uji F) menunjukkan besar nilai signifikansi <0,001. Nilai signifikansi yang dihasilkan uji F lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi berganda telah memenuhi syarat dan dapat dikatakan *fit model regression*.

### Uji Adjusted R<sup>2</sup>

**Tabel 8. Hasil Uji Adjusted R square (R<sup>2</sup>)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,634 <sup>a</sup>	0,402	0,341	0,070656

Sumber: Hasil Analisis Data, 2025

Tabel 8 di atas menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,341 atau 34,1%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen, yaitu *green accounting*, tanggung jawab lingkungan, *gender diversity*, *media exposure* dan *slack resources* dapat menjelaskan variasi variabel dependen yaitu *corporate social responsibility* (CSR) sebesar 0,341 atau 34,1%, sedangkan sisanya adalah sebesar 65,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

## Uji Regresi Linear Berganda

**Tabel 9. Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

	Model	Unstandardized Coefficients		Strandardize	t	Sig.
		B	Std. Error	d Coefficients		
1	(Constant)	0,250	0,027		9,192	<0,001
	GA	5,319	0,000	0,046	0,372	0,712
	TJL	0,006	0,007	0,107	0,861	0,393
	GD	-0,121	0,102	-0,147	-1,185	0,242
	ME	0,101	0,002	0,563	4,555	<0,001
	SR	2,605	0,000	0.010	0,078	0,938

Sumber: Hasil Analisis Data, 2025

Berdasarkan Tabel 9 di atas dapat dibuat persamaan regresi yang akan melengkapi hasil yang ditemukan dalam penelitian yaitu:

$$CSR = 0,250 + 5,319GA + 0,006TJL - 0,121GD + 0,101ME + 2,605SR + e.$$

Berdasarkan model regresi linier berganda di atas dari hasil koefisien regresi penelitian ini dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Konstanta (Constant) sebesar 0,250 (positif), menunjukkan bahwa jika semua variabel independen diasumsikan konstan, maka tingkat pengungkapan CSR meningkat sebesar 0,250.
- Green Accounting* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 5,319 (positif), hal ini dapat diasumsikan bahwa semakin tinggi implementasi *green accounting* maka pengungkapan CSR akan cenderung meningkat sebesar 5,319, dengan asumsi variabel lain tetap konstan.
- Tanggung Jawab Lingkungan menunjukkan nilai koefisien 0,006 (positif), mengindikasikan bahwa semakin tinggi pelaporan tanggung jawab lingkungan maka pengungkapan CSR meningkat sebesar 0,006, dengan asumsi variabel lain konstan.
- Gender Diversity* memiliki nilai koefisien -0,121 (negatif), yang artinya peningkatan keberagaman *gender* justru diikuti dengan penurunan pengungkapan CSR sebesar 0,121, dengan asumsi variabel lain tetap konstan.
- Media Exposure* menunjukkan koefisien 0,101 (positif), hal ini dapat diasumsikan bahwa semakin tinggi pengungkapan terhadap eksposur media, maka pengungkapan CSR akan meningkat sebesar 0,101, dengan asumsi variabel lainnya tetap konstan.
- Slack Resources* memiliki koefisien 2,605 (positif), menunjukkan bahwa adanya ketersediaan sumber daya yang berlebih maka dapat meningkatkan pengungkapan CSR sebesar 2,605, dengan asumsi variabel lain tetap konstan.

- g. *Error* model sebesar 0,027, menunjukkan tingkat penyimpangan atau kesalahan dalam prediksi model regresi cukup kecil yaitu sebesar 0,027.

## Uji t

Tabel 10. Hasil Uji t

Variabel	Sig.	Keterangan
GA	0,712	H <sub>1</sub> Ditolak
TJL	0,393	H <sub>2</sub> Ditolak
GD	0,242	H <sub>3</sub> Ditolak
ME	0,001	H <sub>4</sub> Diterima
SR	0,938	H <sub>5</sub> Ditolak

Sumber: Hasil Analisis Data, 2025

Berdasarkan Tabel 10 diperoleh hasil sebagai berikut:

- Variabel *green accounting* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,712 yang berarti lebih besar dari 0,05 atau 5%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H<sub>1</sub> ditolak, artinya *green accounting* tidak berpengaruh terhadap CSR.
- Variabel tanggung jawab lingkungan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,393 yang berarti lebih besar dari 0,05 atau 5%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H<sub>2</sub> ditolak, artinya tanggung jawab lingkungan tidak berpengaruh terhadap CSR.
- Variabel *gender diversity* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,242 yang berarti lebih besar dari 0,05 atau 5%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H<sub>3</sub> ditolak, artinya *gender diversity* tidak berpengaruh terhadap CSR.
- Variabel *media exposure* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001 yang berarti lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H<sub>4</sub> diterima, artinya *media exposure* berpengaruh terhadap CSR.
- Variabel *slack resources* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,938 yang berarti lebih besar dari 0,05 atau 5%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H<sub>5</sub> ditolak, artinya *slack resources* tidak berpengaruh terhadap CSR.

## Pembahasan

### Pengaruh *Green Accounting* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa variabel *green accounting* menunjukkan nilai (0,712 > 0,05), lebih besar dari taraf signifikansi sehingga dapat disimpulkan variabel *green accounting* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, hal ini disebabkan karena *green accounting* masih digunakan sebatas untuk efisiensi internal, bukan sebagai strategi komunikasi eksternal kepada para pemangku kepentingan serta kurangnya regulasi yang mewajibkan pelaporan *green accounting* secara terbuka dalam laporan CSR dan penerapan yang masih terbatas, terutama pada perusahaan yang belum menjadikan isu lingkungan sebagai prioritas utama. Dengan kata lain, keberadaan *green*

*accounting* belum tentu menjadi pendorong perusahaan untuk meningkatkan transparansi dalam pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungannya.

Hal ini bertentangan dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan berusaha untuk mendapatkan dan mempertahankan legitimasi dari masyarakat dengan menyesuaikan nilai-nilai organisasional agar selaras dengan norma dan harapan sosial yang berlaku. Dalam konteks ini, pengungkapan CSR sering digunakan sebagai sarana untuk memperoleh legitimasi publik. Namun, ketika *green accounting* hanya difokuskan pada pencatatan internal seperti biaya lingkungan dan tidak berdampak langsung pada pengungkapan eksternal, maka kontribusinya terhadap strategi legitimasi menjadi terbatas.

Temuan ini konsisten memberikan bukti empiris bahwa variabel *green accounting* tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR), yang sejalan dengan penelitian dari Saputri & Setyowati, (2024) yang juga menyimpulkan bahwa *green accounting* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Akan tetapi penelitian ini tidak mendukung penelitian dari Cyhintia & Sofyan (2023) menyatakan bahwa *green accounting* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

## **Pengaruh Tanggung Jawab Lingkungan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).**

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa variabel tanggung jawab lingkungan menunjukkan nilai ( $0,393 > 0,05$ ), lebih besar dari taraf signifikansi sehingga dapat disimpulkan variabel tanggung jawab lingkungan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Alasan ditolaknya hipotesis ini dikarenakan pengungkapan tanggung jawab sosial tidak banyak diungkapkan di laporan tahunan mengikuti PROPER oleh Kementerian Lingkungan Hidup ini. Maka hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak memanfaatkan aktivitas lingkungan sebagai sarana untuk membangun atau mempertahankan legitimasi publik.

Hal ini bertentangan dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan cenderung melakukan pengungkapan CSR untuk mempertahankan dukungan masyarakat dan agar aktivitasnya dianggap sah secara sosial. Dalam konteks ini, pengungkapan kinerja lingkungan melalui PROPER seharusnya dapat menjadi cara perusahaan memperoleh legitimasi dari publik dan regulator. Namun, ketidakterpengaruhannya tanggung jawab lingkungan terhadap pengungkapan CSR menunjukkan bahwa perusahaan tidak menjadikan hasil PROPER sebagai sarana utama untuk membangun citra atau memperoleh legitimasi. Penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa Tanggung Jawab Lingkungan tidak berpengaruh *corporate social responsibility* (CSR).

Penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa tanggung jawab lingkungan tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR). Penelitian ini sejalan dengan temuan Sukasih & Sugiyanto, (2017) yang menyatakan bahwa tanggung jawab lingkungan tidak mempengaruhi pengungkapan CSR. Penelitian ini

bertentangan dengan penelitian dari Totanan et al., (2022), yang menyatakan tanggung jawab lingkungan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

## **Pengaruh *Gender Diversity* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa variabel *gender diversity* menunjukkan nilai ( $0,242 > 0,05$ ), lebih besar dari taraf signifikansi sehingga dapat disimpulkan variabel *gender diversity* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Ini menunjukkan bahwa keberadaan perempuan dalam dewan direksi tidak memberikan pengaruh terhadap kebijakan atau pelaporan CSR. Di Indonesia, budaya patriarki yang dominan menjadikan pria sebagai pengambil keputusan utama, sehingga keberagaman *gender* belum menjadi faktor penentu dalam pengungkapan CSR. Tanpa adanya keberadaan wanita dalam jajaran dewan, maka perusahaan tetap dapat berjalan dalam melaksanakan pengawasan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

Hal ini bertentangan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab untuk merespons kepentingan dan tekanan dari berbagai pemangku kepentingan, termasuk investor, pemerintah, dan masyarakat umum. Dalam konteks global, *gender diversity* sering menjadi perhatian *stakeholder* karena mencerminkan nilai keadilan, kesetaraan, dan tata kelola yang baik, karena rendahnya tekanan dari pemangku kepentingan terhadap isu kesetaraan *gender* membuat perusahaan tidak terdorong mengungkapkannya dalam laporan CSR.

Penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa *gender diversity* tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR). Yang sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pratama et al., (2024) yang menyatakan bahwa *gender diversity* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Namun penelitian dari Rohmah et al., (2022) menyebutkan bahwa *gender diversity* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

## **Pengaruh *Media Exposure* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa variabel *media exposure* menunjukkan ( $0,001 > 0,05$ ), lebih kecil dari taraf signifikansi sehingga dapat disimpulkan variabel *media exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal ini karena perusahaan yang mengungkapkan CSR pada website perusahaan cenderung mengungkapkan kegiatan sosialnya secara lebih luas dalam media perusahaan dan laporan keberlanjutan perusahaan. Perusahaan yang mendapatkan eksposur media, khususnya melalui *website* resmi, cenderung lebih transparan dan luas dalam mengungkapkan aktivitas CSR dalam laporan tahunan maupun keberlanjutan.

Hal ini sejalan teori legitimasi perusahaan berusaha untuk memastikan bahwa kegiatan operasionalnya dapat diterima oleh masyarakat luas, sesuai dengan norma dan nilai sosial yang berlaku. Melalui pengungkapan CSR, perusahaan

berupaya memperoleh atau mempertahankan legitimasi dari publik dan menunjukkan bahwa mereka bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan. *Media exposure* memaksa perusahaan untuk lebih transparan dan akuntabel, sehingga pengungkapan CSR digunakan sebagai sarana untuk menjaga citra dan kepercayaan publik.

Penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa *media exposure* berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR). Temuan ini memperkuat hasil penelitian Nazar & Istiqomah (2023) yang menyatakan bahwa *media exposure* mendorong perusahaan untuk lebih terbuka dalam menyampaikan informasi CSR. Tetapi hasil ini bertentangan dengan penelitian dari Sarra & Alamsyah (2020) yang menemukan bahwa *media exposure* tidak ada pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

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

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa variabel *slack resources* menunjukkan nilai ( $0,938 > 0,05$ ), lebih besar dari taraf signifikansi sehingga dapat disimpulkan variabel *slack resources* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Meskipun perusahaan memiliki sumber daya berlebih, hal tersebut belum tentu digunakan untuk mendukung aktivitas CSR secara optimal. Selain itu, perusahaan yang bergerak pada industri sumber daya alam telah diwajibkan untuk mengungkapkan CSR, meskipun terdapat perusahaan dengan *slack resources* terbatas atau bahkan tidak memiliki *slack resources*, perusahaan tersebut harus tetap mengungkapkan CSR agar tidak melanggar peraturan yang ada dan agar tidak dikenakan sanksi atas pelanggaran tersebut Perusahaan mengungkapkan CSR hanya untuk mematuhi regulasi yang ada sehingga perusahaan hanya mengungkapkan CSR pada tingkat minimal.

Hal ini bertentangan teori legitimasi karena perusahaan mengungkapkan CSR bukan semata karena memiliki sumber daya lebih, tetapi karena adanya tekanan dari lingkungan sosial dan regulatif agar tetap mempertahankan legitimasi di mata publik dan pemerintah. Perusahaan dengan atau tanpa *slack resources* tetap akan melakukan pengungkapan CSR demi menjaga lisensi sosial untuk beroperasi.

Penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa *slack resources* tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR) yang sejalan dengan penelitian Rohmah et al., (2022) yang juga menyatakan bahwa *slack resources* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Namun hasil ini tidak sejalan dengan penelitian dari Hidayah & Anwar (2023) menemukan bahwa *slack resources* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh *green accounting*, tanggungjawab lingkungan, *gender diversity*, *media exposure*, *slack resources* terhadap pengungkapan

*corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan sektor *food and beverage* di BEI tahun 2019–2023, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *media exposure* berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan CSR. Sementara itu, *green accounting*, tanggung jawab lingkungan, *gender diversity*, dan *slack resources* tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan sampel yang lebih luas dengan cakupan variabel lain seperti profitabilitas dan struktur kepemilikan untuk menggali faktor-faktor lain yang mungkin berpengaruh terhadap CSR, dan penelitian ke depan juga sebaiknya memperpanjang periode observasi enam hingga tujuh tahun guna memperoleh hasil yang lebih stabil dan mencerminkan tren jangka panjang dalam praktik CSR perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Artianti, A. A., Nurbaiti, B., & Sari, N. P. (2024). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Likuiditas Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022. *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management (IJESM)*, 2(1), 1091–1106.
- Cyhintia, L., & Sofyan, E. (2023). Pengaruh Akuntansi Hijau, Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 5(2), 579–591. <https://doi.org/10.24036/jea.v5i2.690>
- Fauzan, & Salira, C. P. (2022). Analisis Penerapan Green Accounting Ditinjau dari Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility(CSR) Perusahaan ( Studi Empiris Pada Perusahaan Sub Sektor Energi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020 ). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 504–511. <https://stiemuttaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/view/455>
- Hidayah, E. N., & Anwar, S. (2023). Pengaruh Media Exposure, Profitabilitas, ISO 14001 dan Slack Resources Terhadap Pengungkapan CSR Dimoderasi Kepemilikan Institusional. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 2(2), 338–353. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v2i2.1478>
- Lie, C. A. (2023). Pengaruh Profitabilitas dan gender diversitu terhadap luas pengungkapan csr (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Energi dan Basic yang Terdaftar di BEI Pwriode 2019-2021)
- Nazar, M. R., & Istiqomah, N. H. (2023). Pengaruh Slack Resources, Profitabilitas, dan Media Exposure terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 499–505. <https://doi.org/10.37034/infec.v5i2.564>
- Pratama, A., Yuniarti, R., & Junaidi, A. (2024). Pengaruh Gender Diversity Dan Green Accounting Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan LQ45 Tahun

- 2015-2022. *Owner*, 8(3), 2452–2469.  
<https://doi.org/10.33395/owner.v8i3.2206>
- Rohmah, N. S., Nurfauziah, F. L., & Suharti, S. (2022). The Effect of Gender Diversity and Slack Resources on Corporate Social Responsibility Disclosure. *Governors*, 1(3), 114–121. <https://doi.org/10.47709/governors.v1i3.1958>
- Saputri, N. V. D., & Setyowati, L. (2024). Pengaruh Green Accounting, Firm Size, Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 1333–1350. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3849>
- Sarra, H. D., & Alamsyah, S. (2020). Pengaruh Kinerja Lingkungan, Citra Perusahaan dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan CSR. *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin (SinaMu)*, 2, 410–417. <https://doi.org/10.31000/sinamu.v2i0.3577>
- Sugiarti, R. (2020). Pengaruh Firm Maturity Dan Slack Resources Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 7(1), 48. <https://doi.org/10.30998/jabe.v7i1.5373>
- Sukasih, A., & Sugiyanto, E. (2017). Pengaruh Struktur Good Corporate Governance dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015). *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 2(2), 121–131. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v2i2.4894>
- Totanan, C., Mapparessa, N., Muliati, M., & Mile, Y. (2022). Pengaruh Tanggung Jawab Lingkungan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Accounting Profession Journal*, 4(2), 12–32. <https://doi.org/10.35593/apaji.v4i2.41>
- Wijayanti, A., & Dondoan, G. A. (2022). Pengaruh Penerapan Green Accounting Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Firm Value Dengan Kinerja Perusahaan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi Manajerial (Managerial Accounting Journal)*, 7(1), 1–24. <https://doi.org/10.52447/jam.v7i1.5977>