

Pengaruh Akuntansi Hijau, Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan Media terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Lola Cyhintia^{1*}, Efrizal Syofyan²

^{1,2} Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang

*Korespondensi: Lola.cyhintia@gmail.com

Tanggal Masuk:

18 Oktober 2022

Tanggal Revisi:

7 Februari 2023

Tanggal Diterima:

21 Maret 2023

Keywords: *Green Accounting; Firm Size; Media Exposure; Corporate Social Responsibility.*

How to cite (APA 6th style)

Cyhintia, L. & Syofyan, E. (2023). Pengaruh Akuntansi Hijau, Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan Media terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi (JEA)*, 5 (2), 579-591.

DOI:

<https://doi.org/10.24036/jea.v5i2.690>

Abstract

This is the quantitative study that aims to determine the effect of green accounting, firm size and media exposure to corporate social responsibility disclosure. The population in this study is a property and real estate companies listed on the Indonesian Stock Exchange (IDX) in 2018-2021. The sample in this study was taken using the purposive sampling method with a total sample is 124 samples for a 4 year statement period. The secondary data types were used in this study, which were obtained from the IDX and companies official website. This study used multiple linear regression analysis. The results of this analysis imply that (1). Green Accounting has a positive effect on corporate social responsibility disclosure. (2). Firm Size has a positive effect on corporate social responsibility. (3). Media Exposure has no effect on corporate social responsibility. This is the quantitative study that aims to determine the effect of green accounting, firm size and media exposure to corporate social responsibility disclosure. The population in this study is a property and real estate companies listed on the Indonesian Stock Exchange (IDX) in 2018-2021. The sample in this study was taken using the purposive sampling method with a total sample is 124 samples for a 4 year statement period. The secondary data types were used in this study, which were obtained from the IDX and companies official website. This study used multiple linear regression analysis. The results of this analysis imply that (1). Green Accounting has a positive effect on corporate social responsibility disclosure. (2). Firm Size has a positive effect on corporate social responsibility. (3). Media Exposure has no effect on corporate social responsibility.



This is an open access article distributed under the [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha berbanding lurus dengan besarnya tanggungjawab yang harus dilaksanakan oleh perusahaan. Hanya saja sebagian besar perusahaan justru berfokus

pada keuntungan semata tanpa mempedulikan aspek-aspek lainnya. Munculnya konsep *triple bottom line* menjadi acuan atas pelaksanaan tanggungjawab perusahaan agar tidak hanya fokus memaksimalkan keuntungan. Konsep ini terbagi atas tiga aspek yaitu aspek sosial dengan memperhatikan kesejahteraan masyarakat (*planet*), aspek lingkungan dengan menjaga kelestarian lingkungan (*people*) dan aspek keuangan dengan mendapatkan keuntungan (*profit*) (Respati dan Paulus, 2015).

Kemunculan berbagai permasalahan sosial serta lingkungan seperti polusi, penyusutan atas sumber daya alam dan juga limbah perusahaan akhir-akhir ini semakin sulit dikendalikan sehingga menimbulkan keresahan dalam masyarakat (Mariani,2017). Padahal, Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan (TJSLP) telah mewajibkan pelaksanaan CSR bagi setiap perseroan ditambah lagi dengan keberadaan UU No. 40 Tahun 2007 pasal 66 ayat (2c) yang juga mewajibkan setiap perseroan untuk melaporkan pelaksanaan CSR dalam laporan tahunannya.

Keberadaan peraturan dan perundangan-undangan tersebut tampaknya belum bisa menuntaskan masalah sosial dan lingkungan yang terjadi ditengah masyarakat. Bukti nyata terlihat dari berbagai kasus yang disebarkan dalam berbagai media. Salah satunya ialah kasus pembangunan pulau G yang dilakukan oleh anak perusahaan PT. Agung Podomoro Land Tbk. Pelanggaran yang terjadi dalam pembangunan pulau ini diantaranya yakni tertutup dan terganggunya akses jalan nelayan yang menyebabkan terganggunya perekonomian masyarakat sekitar serta bahan material yang digunakan tidak sesuai Amdal yang merusak biota laut. Selain kasus ini, masih terdapat beberapa kasus lainnya yang terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan.

Merujuk pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Widiastuti, dkk (2018), variabel yang dijadikan sebagai faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR yaitu ukuran perusahaan, tipe industri, *growth* dan *media exposure*. Maka dalam penelitian ini mengambil dua faktor dari penelitian tersebut yakni ukuran perusahaan dan *media exposure*. Variabel bebas lainnya yang dipilih adalah akuntansi hijau. Variabel ini juga menjadi pembeda dengan penelitian sebelumnya.

Akuntansi hijau yang diterapkan dengan ketat dalam setiap tingkatan organisasi nantinya akan membawa perubahan besar terhadap perbaikan lingkungan (Agarwal dan L, 2018). Tolak ukur dalam perkembangan suatu perusahaan tidak hanya dari segi manfaat ekonomi semata akan tetapi, juga tercermin dari biaya lingkungan yang harus dibayar perusahaan atas manfaat ekonomi tersebut (Dhar, Sarkar dan Ayithey, 2021). Studi atas variabel akuntansi hijau ini masih sangat sedikit dilakukan dalam Negara berkembang (Mama dan Appiah, 2017). Sedikitnya studi terkait dengan variabel ini pada Negara berkembang menjadi salah satu perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini diantaranya ialah penelitian Mama dan Appiah (2017), Agarwal dan L (2018), Mustofa, Edy, Kurniawan dan Kholid (2020), dan penelitian oleh Dhar, Sarkar dan Ayithey (2021).

Ukuran perusahaan menjadi variabel independent kedua dalam penelitian ini. Besar dan kecilnya ukuran suatu perusahaan menjadi salah satu faktor pendorong dalam penyajian informasi perusahaan dalam laporan keuangan perusahaan. Beberapa penelitian terdahulu seperti penelitian yang dilakukan oleh Widiastuti, Utami dan Handoko (2018), Muslih dan Klarisa (2019) dan Hasibuan, Fitriasia dan Wulan (2020) memberikan bukti jika ukuran pada perusahaan memberikan pengaruh dalam pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Variabel independent terakhir pada penelitian ini ialah pengungkapan media. Keterbukaan informasi yang diberikan oleh perusahaan kepada publik tentunya akan meningkatkan hubungan baik diantara keduanya. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bodkin, Amato dan Amato (2015) serta Hasibuan, Fitriasia dan Wulan (2020) membuktikan

bahwa pengungkapan media yang dilakukan perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Tabel 1
Data Perusahaan *Property* dan *Real Estate*
yang mengalami penurunan Dana *Corporate Social Responsibility*

Nama Perusahaan	Tahun	Akuntansi Hijau	Ukuran Perusahaan	Pengungkapan Media	Tanggung jawab sosial perusahaan
PT. Cahayasakti	2018	0	404.491.423.669	0	0,62
Investindo Sukses Tbk.(CSIS)	2019	0	472.484.542.685	0	0,62
PT. Intiland	2020	0	538.263.035.994	0	0,62
Development Tbk (DILD)	2018	1	14.215.535.191.208	1	0,69
PT. Alam Sutera	2019	1	14.777.496.287.576	1	0,69
Realty Tbk (ASRI)	2020	1	15.701.872.562.921	1	0,70
	2018	1	20.890.925.564.000	0	0,69
	2019	1	21.894.272.005.000	1	0,70
	2020	1	21.226.814.871.000	1	0,70

Sumber : data diolah oleh penulis

Data dalam Tabel 1 menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan CSR perusahaan tersebut dalam waktu tiga tahun ini mengalami turun naik. Begitu juga dengan variabel-variabel independent pada penelitian ini juga terjadi ketidakkonsisten dalam tiga tahun tersebut. Ketidakkonsistenan ini membuat perlunya dilakukan penelitian lagi agar bisa diketahui penyebabnya.

Berdasarkan penjelasan atas fenomena dan data terkait dengan permasalahan tanggung jawab sosial yang terjadi dalam perusahaan maka dilakukanlah penelitian ini. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian Widiastuti, dkk (2018) yakni (a). Populasi dan sampel pada penelitian ini adalah perusahaan *real estate* dan *property* yang terdaftar di BEI tahun 2018 sampai dengan 2021, (b). Variabel akuntansi hijau pada penelitian ini menjadi salah satu perbedaan mendasar dengan penelitian sebelumnya, karena penggunaan variabel ini dalam penelitian sejenis masih sangat sedikit, (c). Pemilihan populasi pada penelitian ini didasarkan pada fakta semakin meningkatnya pertumbuhan jumlah penduduk akan berimbas pada kebutuhan perumahan yang nantinya akan berhubungan dengan perusahaan *real estate* dan *property*.

REVIEW LITERATUR DAN HIPOTESIS

Teori Legitimasi

Ningsih dan Cheisviyanny (2019) menjelaskan bahwasanya teori legitimasi ialah sebuah teori yang memberikan penjelasan berkaitan dengan diterima atau tidaknya suatu perusahaan oleh lingkungan masyarakat yang ada disekitarnya, sehingga perusahaan harus memastikan jika kegiatan operasionalnya sudah terlaksana sesuai dengan norma dan aturan yang berlaku ditengah lingkungan masyarakat. Apabila terjadi pertentangan antara keduanya, maka akan menimbulkan *legitimacy gap* yang menjadi ancaman bagi keberlangsungan perusahaan ke depannya. Keberadaan pengungkapan CSR menjadi alat untuk meminimalisir permasalahan yang muncul tersebut.

Teori Stakeholder

Ghozali dan Chairi (2014) mengatakan jika dalam teori *stakeholder* suatu perusahaan tidak hanya menjadi entitas yang sekedar berfokus pada kegiatan operasional dalam mencapai kepentingan berupa laba semata, namun perusahaan juga harus memberikan manfaat bagi para *stakeholder* yang mendapatkan dampak atas kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Tanggung jawab yang dibutuhkan para *stakeholder* bukan sekedar dalam bentuk kondisi keuangan, tetapi juga berkaitan dengan kondisi sosial dan lingkungannya. Berkaitan dengan kondisi sosial dan lingkungan, maka para *stakeholder* dapat melihatnya dalam pengungkapan CSR yang disampaikan oleh perusahaan dalam laporan tahunannya.

Pengungkapan Corporate Social Responsibility

WBCSD (*The World Business Council for Sustainable Development*) menjelaskan bahwa CSR merupakan sebuah komitmen yang berkelanjutan untuk melakukan tindakan yang etis sesuai dengan batasan nilai dan norma yang berlaku dalam lingkungan masyarakat serta memberikan kontribusi terhadap perkembangan ekonomi dengan meningkatkan kualitas hidup para tenaga kerja dan juga masyarakat luas terkhusus bagi yang berada dalam lingkungan perusahaan. Menurut Ningsih dan Cheisviyanny (2019), perkembangan CSR bersamaan dengan perubahan pedoman tanggung jawab perusahaan dari *single bottom line* menjadi *triple bottom line*.

Alasan pentingnya pengungkapan CSR memiliki kaitan yang erat dengan kontrak atau perjanjian yang dilakukan perusahaan dengan *stakeholder* baik itu yang bersifat eksplisit maupun implisit. Akibat dari kontrak tersebut maka akan memunculkan interaksi antara perusahaan dengan lingkungan disekitarnya, sehingga perusahaan tidak hanya bertanggungjawab kepada para pemegang saham saja namun juga harus bertanggungjawab kepada berbagai pihak yang terkena dampak aktivitas perusahaan.

Akuntansi Hijau

Agarwal, Varsha dan L, Kalpaja (2018) mengatakan bahwa akuntansi hijau menjadi salah satu alat ekspansi, sebab banyak biaya lingkungan yang dapat dikurangi dengan pengambilan keputusan yang tepat serta dengan penerapan teknologi yang lebih hijau. Susenohaji dalam Fitriani (2013) mengatakan bahwa biaya lingkungan hidup (*green accounting*) yaitu biaya yang bersumber dari kegiatan operasional perusahaan yang berhubungan dengan biaya untuk lingkungan yang terdampak. Tujuan dalam penerapan akuntansi hijau terdiri atas dua hal, yang pertama ialah untuk meningkatkan kinerja keuangan dari aspek lingkungan tempat bisnis berlangsung dan yang kedua ialah untuk memeriksa serta mengetahui bagaimana operasi yang dilakukan organisasi memberikan dampak dalam sistem lingkungan (Agarwal, Varsha dan L, Kalpaja (2018)).

Ukuran Perusahaan

Firm size adalah gambaran terkait dengan besar dan kecilnya suatu perusahaan yang dapat diukur dengan melalui kapitalisasi pasar, total aktiva yang dimiliki, total modal yang digunakan dan juga jumlah penjualan yang diperoleh (Smith dan Amiruddin, 2007). Ukuran dari sebuah perusahaan secara tidak langsung akan menunjukkan seberapa besar kepemilikan aset perusahaan yang nantinya informasi mengenai hal tersebut berpengaruh terhadap pandangan dari para *stakeholder*. Tingginya angka kepemilikan aset perusahaan akan membuat perusahaan semakin dikenal dalam masyarakat sehingga perusahaan pun dituntut untuk melakukan pengungkapan mengenai tanggungjawab sosial serta lingkungan.

Pengungkapan Media

Rusdianto dalam Mashuri dan Ermaya (2019) mengatakan bahwa media massa menjadi alat komunikasi yang bisa digunakan oleh perusahaan untuk mempublikasikan informasi-informasi mengenai kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan kepada para pemangku kepentingannya. Pengungkapan CSR yang dilakukan melalui media massa terkhusus website perusahaan akan dinilai lebih efektif dan efisien (Mashuri dan Ermaya, 2019). Mendukung pernyataan sebelumnya Rahayu dan Anisyukurlillah (2015) juga mengatakan bahwa penyediaan informasi perusahaan menggunakan media akan meningkatkan reputasi perusahaan bersangkutan ditengah masyarakat luas. Reputasi perusahaan mengalami peningkatan lantaran kemudahan akses dapat memperoleh berbagai informasi yang diperlukan oleh para *stakeholder*. Secara tidak langsung, perusahaan akan memiliki citra positif ditengah masyarakat. Pengungkapan CSR dalam suatu media dapat mendeskripsikan nilai bantu untuk keberlanjutan dari perusahaan. Semakin luasnya publikasi CSR perusahaan yang dilakukan oleh suatu media maka kepercayaan publik juga akan meningkat.

Hubungan akuntansi hijau dengan pengungkapan *corporate social responsibility*

Merujuk pada teori legitimasi yang mana kegiatan operasional perusahaan harus bisa diterima oleh masyarakat, sehingga aktivitas yang dilakukan sebuah perusahaan perlu memperhatikan nilai dan norma yang berlaku dalam masyarakat. Penerapan *green accounting* dalam akuntansi keuangan perusahaan merupakan salah satu upaya bagi perusahaan untuk bisa melakukan aktivitas yang sejalan dengan norma dan nilai yang berlaku ditengah masyarakat. Hal tersebut juga akan mengurangi dampak dan biaya yang harus ditanggung atas kerusakan lingkungan akibat aktivitas yang dilakukan perusahaan.

Hasil penelitian Agarwal dan L (2018), Dhar, Sarkar dan Ayitney (2020), dan Mustofa, Edy, Kurniawan dan Kholid membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif antara penerapan akuntansi hijau dengan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat ditarik hipotesis pertama pada penelitian ini berikut.

H1 : Akuntansi hijau berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Hubungan ukuran perusahaan dengan pengungkapan *corporate social responsibility*

Teori *stakeholder* mengatakan bahwasanya perusahaan tidak hanya terfokus dalam memenuhi kepentingan dari *stakeholder* utama yakni para investor dalam mengejar keuntungan semata, akan tetapi perusahaan juga harus turut mempertimbangkan tanggung jawabnya kepada para *stakeholder* lainnya seperti masyarakat dan pemerintah. Semakin besar ukuran sebuah perusahaan maka tanggungjawab yang diterima juga akan semakin banyak. Hal ini sejalan dengan dampak sosial dan lingkungan atas aktivitas perusahaan yang semakin kompleks. Resiko lingkungan juga akan semakin membahayakan masyarakat. Kontribusi dari *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan dapat memperkecil konflik yang timbul ditengah masyarakat. kepentingan tersebut.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Widiastuti, Utami & Handoko (2018), Muslih & Klarisa (2019), Hasibuan, Fitriasia & Wulan (2020) menemukan bahwa *firm size* memberikan pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil penelitian tersebut mengindikasikan jika skala perusahaan semakin besar maka luas pengungkapan tanggungjawab sosialnya juga akan meningkat. Uraian tersebut menghasilkan hipotesis kedua sebagai berikut

H2 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Hubungan pengungkapan media dengan pengungkapan *corporate social responsibility*.

Teori legitimasi didasarkan pada penerimaan masyarakat atas keberadaan suatu perusahaan, sehingga perusahaan harus menjalankan aktivitasnya dengan melakukan penyesuaian terhadap norma dan nilai yang ada ditengah masyarakat. Salah satu cara yang dapat dilakukan agar perusahaan diterima dengan baik ialah melakukan komunikasi dengan para *stakeholder* melalui pengungkapan media. Pengungkapan yang disampaikan oleh media terkait dengan lingkungan perusahaan dapat mempengaruhi pandangan masyarakat akan komitmen lingkungan yang diberikan perusahaan. Keberadaan media berdampak pada meningkatnya reputasi perusahaan di mata para *stakeholder* terkhususnya masyarakat sekitar.

Hasil penelitian plorensia & Hardiningsih (2012), penelitian Bodkin, Amato & Amato (2015), serta penelitian Hasibuan, Fitriasia & Wulan (2020) membuktikan bahwa *media exposure* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Adanya *media exposure* semakin meningkatkan transparansi informasi perusahaan kepada masyarakat. Hal tersebut juga memudahkan akses bagi para pemangku kepentingan dalam melihat informasi mengenai CSR perusahaan sekaligus melalui media tersebut *stakeholder* bisa melakukan pengawasan atas terlaksananya komitmen lingkungan perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat ditarik hipotesis 3 dalam penelitian ini sebagai berikut

H3 : Pengungkapan media berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ialah penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif yang berlandaskan pada filsafat positivisme untuk menganalisis populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2017). Populasi pada penelitian ini meliputi semua perusahaan sektor *real estate* dan *property* di BEI yang telah diaudit periode tahun 2018-2021 yang berjumlah sebanyak 316 perusahaan. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan menerapkan beberapa kriteria tertentu. Total sampel pada penelitian ini diperoleh sebanyak 31 perusahaan dengan keseluruhan tahun pengamatan selama 4 tahun total keseluruhannya 124 sampel.

Tabel 2
Kriteria Pemilihan Sampel

No	Kriteria	Jumlah Perusahaan
1	Perusahaan sektor <i>property</i> dan <i>real estate</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2021. (PT Bursa Efek Indonesia (idx.co.id))	79
2	Perusahaan sektor <i>property</i> dan <i>real estate</i> yang tidak mempublikasikan laporan tahunan yang lengkap dan telah diaudit secara berturut-turut dalam periode 2018, 2019, 2020 dan 2021. (PT Bursa Efek Indonesia (idx.co.id))	(34)
3	Perusahaan sektor <i>property</i> dan <i>real estate</i> yang tidak menggunakan mata uang rupiah pada periode 2018-2021	(0)

4	Perusahaan yang tidak memiliki data keuangan lengkap terkait variabel-variabel dalam penelitian.	(14)
Sampel		31
Total sampel selama periode penelitian (4 x 34)		124

Metode Pengumpulan Data

Jenis data pada penelitian ialah data sekunder yang mana data diperoleh dari website resmi BEI www.idx.com dan perusahaan bersangkutan yang telah diolah. Teknik pengumpulan data yakni melalui dokumentasi dengan melakukan penelaahan laporan keuangan yang telah dipublikasikan oleh perusahaan.

Definisi dan Pengukuran Variabel

Variabel Independen

Akuntansi Hijau

Kriteria pengukuran variabel ini yakni angka 1 diberikan kepada perusahaan yang melakukan pengungkapan atas salah satu komponen biaya mengenai lingkungan baik itu biaya operasional lingkungan, biaya pengembangan, biaya daur ulang produk atau pun limbah dalam laporan tahunannya. Angka 0 diberikan apabila perusahaan tidak memiliki salah satu komponen biaya yang berhubungan dengan lingkungan (Mariani,2017).

Ukuran Perusahaan

Dalam Zulhaimi, dkk (2019) Rudangga dan Sudiarta (2016) mengatakan bahwa ukuran perusahaan adalah skala pengelompokan perusahaan sesuai dengan besar atau kecil perusahaan yang tercermin dari keseluruhan total aset yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan pada penelitian ini diukur menggunakan logaritma, sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Zulhaimi (2019).

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln}(\text{Total Asset})$$

Pengungkapan Media

Pengungkapan media dalam penelitian ini fokus pada pengungkapan kegiatan CSR yang dilakukan melalui website, social media serta portal berita online lainnya yang bisa diakses secara leluasa. Pengukuran pada variabel ini menggunakan variabel *dummy* dengan memberikan nilai 1 jika perusahaan melakukan pengungkapan CSR di website perusahaan, sosial media dan portal berita online serta nilai 0 jika perusahaan tidak melakukan pengungkapan.

Variabel Dependen

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengukuran variabel pengungkapan *corporate social responsibility* dilakukan dengan mengadopsi *Global Report Initiative (GRI) standards* yang telah disesuaikan. Setiap indikator GRI yang diungkapkan oleh perusahaan diberikan skor 1 dan skor 0 jika perusahaan tersebut tidak melakukan pengungkapan (Halimah,2019). Jumlah skor maksimal yang diperoleh oleh perusahaan ialah 91.

$$\text{CRSDI}_j = \frac{\sum x_{ij}}{nj}$$

Keterangan

CRSDI_j : *Corporate social responsibility disclosure* indeks perusahaan j

$\sum X_{ij}$: Jumlah skor yang diperoleh perusahaan, yang mana nilai 1 untuk item yang diungkapkan dan 0 apabila tidak diungkapkan.

Maka dari itu $0 \leq \text{CSRDI}_j \leq 1$
 Nj : Jumlah item pengungkapan perusahaan j. nj = 91 (nilai maksimal)

Teknik Analisis Data

Analisis data penelitian ini analisis regresi linear berganda yakni dengan melihat korelasi antara dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Berikut persamaan atas model regresi linear berganda dalam penelitian ini.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Pengungkapan CSR

α = Konstanta

β_1 - β_4 = Koefisien Regresi masing-masing variabel

X_1 = Akuntansi Hijau

X_2 = Ukuran Perusahaan

X_3 = Pengungkapan Media

ε = *Error Termz*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Tabel 3
Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Akuntansi Hijau	124	.00	1.00	.6290	.48502
Ukuran Perusahaan	124	26.28	31.75	29.1031	1.47932
Pengungkapan Media	124	.00	1.00	.5565	.49882
Pengungkapan CSR	124	.60	.74	.6623	.03364
Valid N (listwise)	124				

Sumber: Hasil pengolahan SPSS 22.0

Tabel 3 tersebut menunjukkan deskripsi atas nilai statistik atas variabel penelitian. Variabel dependen pada penelitian ini memiliki nilai rata-rata sebesar 0,6623 dengan standar deviasi sebesar 0,3364 jumlah data sebanyak 124. Variabel independen pertama pada penelitian ini yaitu akuntansi hijau memiliki nilai rata-rata sebesar 0,6290, standar deviasinya sebesar 0,48502 dengan jumlah data sebanyak 124. Ukuran perusahaan memiliki nilai rata-rata sebesar 29, 1031, std. deviasinya sebesar 1,47932 dengan jumlah data sebanyak 124. Variabel independen terakhir yakni pengungkapan media memiliki rata-rata sebesar 0,5565, std.deviasinya sebesar 0,49882 dengan jumlah data keseluruhannya adalah 124.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.110	.033		3.373	.001
Akuntansi Hijau	.008	.003	.110	2.360	.020

Ukuran Perusahaan	.019	.001	.826	16.051	.000
Pengungkapan Media	.001	.003	.017	.345	.731

Sumber: Pengolahan data SPSS 22.0

Berdasarkan hasil pengolahan data SPSS 22.0 tersebut, maka hasil persamaan regresi yang diperoleh ialah sebagai berikut :

$$Y = 0.110 + 0.008X_1 + 0.019 X_2 + 0.001X_3 + \epsilon$$

Keterangan :

Y = Pengungkapan *corporate social responsibility*

X₁ = Akuntansi hijau

X₂ = Ukuran perusahaan

X₃ = Pengungkapan media

Hasil persamaan diatas menunjukkan bahwaanya variabel dependen pada penelitian ini memiliki koefisien bernilai positif. Ini mengindikasi jika terjadinya peningkatan dalam penerapan akuntansi hijau, meningkatnya ukuran perusahaan dan meningkatnya pengungkapan media yang dilakukan perusahaan maka pengungkapan CSR juga akan semakin meningkat.

Uji Model

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 5
Hasil Uji R

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.884 ^a	.781	.775	.01595	.618

a. Predictors: (Constant), Pengungkapan Media, Akuntansi Hijau, Ukuran Perusahaan
b. Dependent Variable: Pengungkapan CSR

Sumber: Pengolahan Data SPSS 22.0

Berdasarkan Tabel 5 tersebut, diperoleh nilai *R-square* sebesar 0.781. Ini memiliki arti bahwa 78% pengungkapan *corporate social responsibility* dapat dijelaskan oleh variabel akuntansi hijau (X1), ukuran perusahaan (X2) dan pengungkapan media (X3). Sementara itu, sebesar 22% sisanya dapat dijelaskanlah oleh variabel lainnya yang tidak digunakan pada penelitian ini.

Uji F

Tabel 6
Hasil Uji Statistik F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.109	3	.036	142.469	.000 ^b
Residual	.031	120	.000		
Total	.139	123			

a. Dependent Variable: Pengungkapan CSR

b. Predictors: (Constant), Pengungkapan Media, Akuntansi Hijau, Ukuran Perusahaan

Sumber: Pengolahan Data SPSS 22.0

Berdasarkan hasil output SPSS di Tabel 6 tersebut, dapat dilihat bahwa nilai sig < 0.05 dan probabilitas F > 0.05 maka H0 diterima sementara H1 ditolak. Tabel 4.9 menunjukkan bahwa uji F bernilai 109.938 lebih besar dari 0.05 dan besarnya nilai signifikansi sebesar 0.00 lebih kecil dari 0.05. Hasil ini memberikan kesimpulan bahwa akuntansi hijau (X1), ukuran perusahaan (x2) dan pengungkapan media (X3) secara bersamaan memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Uji T

Tabel 7
Hasil Uji Signifikansi Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.110	.033		3.373	.001		
Akuntansi Hijau	.008	.003	.110	2.360	.020	.837	1.195
Ukuran Perusahaan	.019	.001	.826	16.051	.000	.690	1.449
Pengungkapan Media	.001	.003	.017	.345	.731	.766	1.306

a. Dependent Variable: Pengungkapan CSR

Sumber: Pengolahan data SPSS 22.0

Merujuk pada Tabel 7 tersebut, dapat diketahui hasil dari uji pengaruh atas variabel x1, x2 dan x3 secara parsial terhadap variabel y. Penarikan kesimpulan untuk uji t ini dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikansi dari masing-masing variabel independen pada kolom sig. tabel 7 tersebut. Nilai signifikansi atas akuntansi hijau (X1) ialah sebesar 0.02 yang mana lebih kecil dari 0.05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel akuntansi hijau yang menjadi X1 berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, maka H1 diterima.

Variabel X2 yaitu ukuran perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.00 yang mana nilainya lebih kecil dari 0.05. Maka dapat disimpulkan jika variabel ukuran perusahaan ini memberikan pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sehingga H2 diterima. Sementara itu, untuk variabel X3 yakni pengungkapan media memiliki nilai signifikansi sebesar 0.731. Nilai signifikansi pada variabel X3 ini lebih besar dari 0.05, sehingga disimpulkan bahwa variabel pengungkapan media tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, maka untuk H3 ditolak.

PEMBAHASAN

Pengaruh Akuntansi Hijau terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Merujuk pada Tabel 7 untuk uji T, terlihat bahwa besarnya nilai koefisien untuk variabel akuntansi hijau sebesar 0.008 dengan nilai signifikansi 0.020. Nilai yang diperoleh menjelaskan bahwa variabel akuntansi hijau memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan *property* dan *real estate* periode tahun 2018 sampai dengan tahun 2021. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan akuntansi hijau berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan *property* dan *real estate* periode tahun 2018 sampai dengan tahun 2021 adalah benar, maka H1 dalam penelitian ini diterima.

Hasil yang diperoleh pada penelitian sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Agarwal dan L (2018), Dhar, Sarkar dan Ayittey (2021), Mustofa, Edy, Kurniawan dan Kholid (2020) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh akuntansi hijau terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan dari akuntansi hijau memiliki peranan penting dalam tanggungjawab sosial perusahaan, sehingga perusahaan di berbagai tingkatan harus mempertimbangkan hal tersebut.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hipotesis kedua pada penelitian ini yaitu ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Berdasarkan hasil pengolahan data SPSS atas uji signifikansi parsial diperoleh nilai sig. untuk variabel ukuran perusahaan sebesar $0,00 <$ dari $0,05$. Artinya ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, maka hipotesis kedua pada penelitian ini diterima. Nilai koefisien beta untuk variabel ini bernilai sebesar 0.019 dengan arah positif.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini membuktikan, jika ukuran perusahaan mengalami peningkatan maka pengungkapan CSR juga akan meningkat. Perusahaan dengan ukuran besar akan mengungkapkan informasi-informasi terkait CSR dengan lebih baik. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Widiastuti, Utami & Handoko (2018), Muslih & Klarisa (2019), Hasibuan, Fitriasia & Wulan (2020) menemukan jika *firm size* memberikan pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengaruh Pengungkapan Media terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hipotesis ketiga pada penelitian ini ialah pengungkapan media berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan hasil olahan data di SPSS pada tabel uji signifikansi Parsial (Uji t) diperoleh hasil Sig. untuk variabel pengungkapan media sebesar 0,71 besar dari 0,05. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa hipotesis ketiga ditolak.

Data hasil penelitian memperlihatkan bahwa kecenderungan perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan pada media perusahaannya memiliki tingkat pengungkapan yang rendah. Sementara untuk kasus perusahaan yang sebelumnya sudah mengungkapkan melalui web tetapi tidak melakukan pengungkapan media ditahun berikutnya dilatarbelakangi oleh penurunan pada pengungkapan CSRnya. Rata-rata perusahaan yang memiliki pengungkapan CSR rendah tidak melakukan pengungkapan CSR. Dengan kata lain, perusahaan dengan CSR rendah cenderung menutupi hal tersebut. Salah satu jalan untuk menutupinya ialah dengan tidak menyebarkan informasi terkait CSR pada website perusahaan.

Hasil yang diperoleh pada penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Plorensia & Hardiningsih (2012), penelitian Bodkin, Amato & Amato (2015), Mashuri dan Ermaya (2019) serta penelitian Hasibuan, Fitriasia & Wulan (2020) yang menemukan bahwa pengungkapan media memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

SIMPULAN. KETERBATASAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian ini serta pengujian hipotesis disimpulkan bahwa (1). Variabel X1 yaitu akuntansi hijau memiliki pengaruh signifikansi positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Oleh karena itu, hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima (H1 diterima), (2). Variabel X2 yaitu ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikansi positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Maka hipotesis 2 dalam penelitian ini diterima (H2 diterima), (3). Variabel X3 yaitu pengungkapan media tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Keterbatasan

Masih ada beberapa keterbatasan yang peneliti alami selama melakukan penelitian ini, yaitu sebagai berikut : (1). Tidak semua perusahaan menyajikan *annual report* secara berturut-turut, hingga penelitian ini dilakukan hanya 31 perusahaan yang memiliki *annual report* yang lengkap untuk periode tahun 2018, 2019, 2020 dan 2021. Padahal jumlah keseluruhan perusahaan yang terdaftar ialah sebanyak 79 perusahaan, dan (2). Sampel yang digunakan pada penelitian ini terfokus pada satu sektor saja yaitu *property* dan *real estate*, sementara itu masih banyak sektor-sektor lainnya yang bisa diteliti

Saran

Berdasarkan kesimpulan serta keterbatasan penelitian yang sudah diuraikan sebelumnya, maka saran yang bisa peneliti berikan terkait dengan penelitian ini. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan pemahaman lebih lanjut terkait penerapan akuntansi hijau dalam perusahaan. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat mempertimbangkan beberapa variabel lain yang dapat digunakan dalam penelitian ini, selain itu penelitian selanjutnya juga dapat memilih sektor industry lainnya yang memiliki sampel lebih banyak sehingga akan diperoleh hasil penelitian yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Bodkin, C. D., dkk. 2015. "The Influence of Green Adversiting during Corporate Disaster". *Corporate Communications: An International Journal*. No. 3. Vol. 20.
- Cho, C. H. dan Patten, D. M. 2013. "Green accounting: Reflections from a CSR and environmental disclosure perspective." *Critical Perspectives on Accounting*. No. 24. Hal. 443-447.
- Dhar, B. K., dkk. 2021. "Impact of social responsibility disclosure between implementation of green accounting and sustainable development: A study on heavily polluting companies in Bangladesh." *Corporate Social Responsibility and Sustainability*. Hal. 1-8.
- Fahmi, M. 2019. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia" *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*. No. 19(1). Hal. 26-39.
- Gonzales, C. C. dan Mendoza, K. H. 2020. "Green Accounting in Colombia: A Case Study of the mining sector." *Environment Development and Sustainability*. No. 23(4). Hal. 6453-6465.
- Hasibuan, N. S., dkk. 2020. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Growth, dan Media Exposure terhadap Pengungkapan CSR". *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Vol. 2 No. 2. Hal. 167-180
- Hernadi, B. H. 2012. "Green Accounting for Corporate Sustainability." *Journal of Economic Literature*. Vol. 8 N0. (2). Hal. 23-30.
- Indraswari, G. A. D. dan Ida, B. P. A. 2015. "Pengaruh Profitabilitas Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan CSR". *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. No. 11.1
- Loh, L., dkk. 2016. *Sustainability Reporting in ASEAN : State of Progress in Indonesia, Malaysia, Singapore, and Thailand*. National University of Singapore.
- Maama, H. dan Appiah, K. O. 2019. "Green Accounting Practices: Lesson from an Emerging Economy." *Qualitative Research in Financial Markets*. No. 11(4). Hal. 456-478.

- Mariani, D. 2017. "Pengaruh Penerapan *Green Accounting*, Kepemilikan Saham Publik, Publikasi CSR Terhadap Pengungkapan CSR dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Vol. 6 No. 2. Hal. 141-160.
- Rahayu, P. dan Anisyukurlillah, I. 2015. "Pengaruh Kepemilikan Saham Publik, Profitabilitas dan Media Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial". *Accounting Analysis Journal*. No. 4 (3).
- Ramadhan, A., dan Amrin, A. 2019. "Profitabilitas, Agresivitas Pajak Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure." *Economos : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, No. 2(1), 45–50.
- Respati, D. R. dan Paulus, B. H. 2015. "Analisis Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Tipe Industri dan Pengungkapan Media terhadap Pengungkapan CSR". Vol. 4 No. 4. 1-11
- Saragih, A. E. dan Sembiring, Y. C. B. (2019). "Pengaruh Corporate Governance, Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di BEI." *Jrak*, 5(2), 139–164.
- Solikhah, B. dan Arga M. W. 2016. "Pengaruh Liputan Media, Kepekaan Industri dan Struktur Tata Kelola Perusahaan Terhadap Kualitas Pengungkapan Lingkungan". *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*. No.1 Vol. 13
- Waluyo, W. 2017. "Firm Size, Firm Age, and Firm Growth on Corporate Social Responsibility in Indonesia: The Case of Real Estate Companies". *European Research Studies Journal*. Vol. XX. Hal. 360-369.
- Widiastuti, H., dkk. 2018. "Pengaruh Ukuran perusahaan, Tipe Industri, *Growth* dan *Media Exposure* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan." *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*. No. 3(2). Hal. 107-117