

**PENGARUH *GREEN ACCOUNTING*, *MEDIA EXPOSURE*, DAN
AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PADA
PERUSAHAAN SEKTOR PERTAMBANGAN
YANG LISTING DI BURSA EFEK
INDONESIA (BEI) TAHUN
2017-2022**

SKRIPSI

**FANNY OKTAVIANKA
NIM : 19622236**



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN
TANJUNGPINANG
2023**

**PENGARUH *GREEN ACCOUNTING*, *MEDIA EXPOSURE*, DAN
AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PADA
PERUSAHAAN SEKTOR PERTAMBANGAN
YANG LISTING DI BURSA EFEK
INDONESIA (BEI) TAHUN
2017-2022**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi
Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Akuntansi

OLEH

FANNY OKTAVIANKA
NIM : 19622236

PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN
TANJUNGPINANG
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN / PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH *GREEN ACCOUNTING*, *MEDIA EXPOSURE*, DAN
AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PADA
PERUSAHAAN SEKTOR PERTAMBANGAN
YANG LISTING DI BURSA EFEK
INDONESIA (BEI) TAHUN
2017-2022**

Diajukan kepada :

Panitia Komisi Ujian
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan
Tanjungpinang

Oleh :

NAMA : FANNY OKTAVIANKA
NIM : 19622236

Menyetujui,

Pembimbing Pertama,

Pembimbing Kedua,

M. Isa Alamsyahbana, S.E., M.Ak.
NIDN.1025129302 / Lektor

Andres P Sitepu, S.E., M.Ak.
NIDK. 8854290019 / Asisten Ahli

Menyetujui,

Ketua Program Studi,

Hendy Satria, S.E., M.Ak., CAO., CBFA.
NIDN. 1015069101 / Lektor

Skripsi Berjudul

**PENGARUH *GREEN ACCOUNTING*, *MEDIA EXPOSURE*, DAN
AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PADA
PERUSAHAAN SEKTOR PERTAMBANGAN
YANG LISTING DI BURSA EFEK
INDONESIA (BEI) TAHUN
2017-2022**

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

NAMA : FANNY OKTAVIANKA
NIM : 19622236

Telah dipertahankan di depan Panitia Komisi Ujian Pada Tanggal
Tiga Belas Juli Tahun Dua Ribu Dua Puluh Tiga dan
Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat untuk Diterima

Panitia Komisi Ujian

Ketua,

Sekretaris,

M. Isa Alamsyahbana, S.E., M.Ak.
NIDN. 1025129302 / Lektor

Ranti Utami, S.E., M.Si., Ak., CA.
NIDN. 1004117701 / Lektor

Anggota,

Meidi Yanto, SE., M.Ak.
NIDK. 8804900016 / Lektor

Tanjungpinang, 13 Juli 2023
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan
Tanjungpinang,
Ketua,

Charly Marlinda, S.E., M.Ak., Ak., CA.
NIDN. 1029127801 / Lektor

PERNYATAAN

Nama : Fanny Oktavianka
NIM : 19622236
Tahun Angkatan : 2019
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,77
Program Studi : Akuntansi
Judul Skripsi : Pengaruh *Green Accounting*, *Media Exposure* dan Agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang *Listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017-2022

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa Seluruh isi dan materi dari skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan rekayasa maupun karya orang lain. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan apabila ternyata di kemudian hari saya membuat pernyataan palsu, maka saya siap diproses sesuai peraturan yang berlaku.

Tanjungpinang, 13 Juli 2023

Penyusun,

(materai)

FANNY OKTAVIANKA
NIM : 19622236

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan Rahmat Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang,
Alhamdulillah atas Ridha Allah saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini saya persembahkan:

Pertama, untuk diri saya sendiri yang telah berjuang dan bertahan hingga saat ini.

Kedua, untuk orang tua saya yang telah membesarkan saya dengan sangat baik.
Terimakasih untuk Bapak yang sangat saya rindukan, semoga Bapak bangga lihat
fanny dari atas sana. Terimakasih untuk Mamak yang telah mengasuh dan
membesarkan dengan penuh kasih sayang dan kesabaran diiringi dengan doa yang
tak ternilai.

Selanjutnya, untuk keluarga dan teman-teman yang selalu memberi *support*,
dorongan, masukan, nasehat, dan motivasi yang tak terhitung jumlahnya agar saya
dapat segera menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas budi kalian dikemudian hari dan diberikan
kemudahan dalam segala hal, Aamiin.

HALAMAN MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(Q.S Al-Baqarah, 2: 286)

“Long Story Short, I Survived”

(Taylor Swift)

“Slowing down at my own pace”

(Jeon Wonwoo)

“Susah tapi Bismillah”

(Fiersa Besari)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa, atas karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Green Accounting*, *Media Exposure* dan Agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang *Listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017 – 2022”**. Adapun penyusunan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan STRATA-1 pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan Tanjungpinang, Program Studi Akuntansi.

Dalam proses penyusunan skripsi ini tentunya tidak lepas dari dukungan banyak pihak. Maka dengan ketulusan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Ibu Charly Marlinda, S.E., M.Ak., Ak., CA selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
2. Ibu Ranti Utami, S.E., M.Si., Ak., CA selaku Wakil Ketua I Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
3. Ibu Sri Kurnia, S.E., M.Si., Ak., CA selaku Wakil Ketua II Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
4. Bapak Muhammad Rizki, M.HSc selaku selaku Wakil Ketua III Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
5. Bapak Hendy Satria, S.E., M.Ak., CAO. CBFA selaku Ketua Program Studi Akuntansi.

6. Bapak M. Isa Alamsyahbana, S.E., M.Ak selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan, saran, dan perbaikan selama penyusunan skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
7. Bapak Andres P Sitepu, S.E., M.Ak selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia memberikan kemudahan serta meluangkan waktu untuk memberikan masukan dan perbaikan selama proses bimbingan.
8. Seluruh dosen pengajar dan staf sekretariat Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
9. Bapak Hardani (Alm) dan Ibu Siti Hajar selaku orang tua tercinta yang selalu memberikan semangat, nasehat, serta doa restu kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
10. David Prayoga dan Muhammad Nabil selaku saudara kandung dan seluruh anggota keluarga yang telah memberikan doa dan dukungan yang tulus.
11. Teman-teman kelas Akuntansi Malam 2 angkatan 2019 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang yang memberikan support dan warna selama masa perkuliahan.
12. Sahabat seperjuangan perskripsian Riska Erviolita, Rofi Khotullumah Hersadillah, Novia, Grace Serena, Ayu Suryaningsih dan Ragitha Septhi Pratiwi yang menjadi tempat berbagi pendapat hingga tempat berkeluh kesah serta selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

13. Yuanvika Melsya Olenska, Siti Nuraliza dan Ayu Suherna selaku sahabat yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama penyusunan skripsi ini.
14. Semua pihak yang terkait dalam penyusunan skripsi, yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terimakasih atas semuanya.
15. Terakhir, teruntuk diri saya sendiri, Fanny Oktavianka. Terimakasih karena mampu menyelesaikan apa yang sudah dimulai. Terima kasih karena tetap tegar dan ikhlas menjalani semua lika-liku yang ada. Saya bangga pada diri saya sendiri, semoga kedepannya bisa menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari. *Hwaiting!*

Akhir kata, penulis sadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu, penulis memohon saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulisan, sehingga skripsi ini dapat bermanfaat untuk kita semua. Akhir kata, penulis ucapkan terima kasih.

Tanjungpinang, Juni 2023

Penulis

Fanny Oktavianka
NIM.19622236

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN BIMBINGAN	
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI UJIAN	
HALAMAN PERNYATAAN	
HALAMAN PERSEMBAHAN	
HALAMAN MOTTO	
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK	xviii
ABSTRACT	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Batasan Masalah	10
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Kegunaan Penelitian	11
1.5.1 Kegunaan Teoritis	11
1.5.2 Kegunaan Praktis	11
1.6. Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Tinjauan Teori	13
2.1.1 Teori <i>Stakeholders</i>	13
2.1.2 <i>Corporate Sosial Responsibility</i>	14
2.1.2.1. Pengertian <i>Corporate Social Responsibility</i>	14
2.1.2.2. Regulasi <i>Corporate Social Responsibility</i>	16

2.1.2.3.	Tujuan <i>Corporate Social Responsibility</i>	17
2.1.2.4.	Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i>	18
2.1.2.5.	Prinsip <i>Corporate Social Responsibility</i>	18
2.1.3	Pengungkapan <i>Corporate Sosial Responsibility</i>	20
2.1.3.1.	Pengertian Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	20
2.1.3.2.	Pengukuran Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	21
2.1.4	<i>Green Accounting</i>	22
2.1.4.1.	Pengertian <i>Green Accounting</i>	22
2.1.4.2.	Fungsi dan Peran <i>Green Accounting</i>	24
2.1.4.3.	Manfaat <i>Green Accounting</i>	25
2.1.4.4.	Pengukuran <i>Green Accounting</i>	26
2.1.5	<i>Media Exposure</i>	29
2.1.5.1.	Pengertian <i>Media Exposure</i>	29
2.1.5.2.	Manfaat <i>Media Exposure</i>	31
2.1.5.3.	Pengukuran <i>Media Exposure</i>	31
2.1.6	Agresivitas Pajak.....	32
2.1.6.1.	Pengertian Agresivitas Pajak.....	32
2.1.6.2.	Pengukuran Agresivitas Pajak	34
2.2.	Hubungan Antar Variabel	35
2.2.1.	Hubungan antara <i>Green Accounting</i> dengan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	35
2.2.2.	Hubungan antara <i>Media Exposure</i> dengan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	36
2.2.3.	Hubungan antara Agresivitas Pajak dengan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	37
2.2.4.	Hubungan antara <i>Green Accounting</i> , <i>Media Exposure</i> dan Agresivitas Pajak dengan Pengungkapam <i>Corporate Social Responsibility</i>	38
2.3.	Kerangka Pemikiran.....	39

2.4.	Hipotesis	40
2.5.	Penelitian Terdahulu	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		45
3.1.	Jenis Penelitian.....	45
3.2	Jenis Data	45
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.4	Populasi Dan Sampel	47
3.4.1.	Populasi	47
3.4.2.	Sampel.....	49
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	50
3.6	Teknik Pengolahan Data	52
3.7	Teknik Analisis Data.....	53
3.7.1	Uji Asumsi Klasik	53
3.7.1.1	Uji Normalitas	54
3.7.1.2	Uji Multikolinieritas	54
3.7.1.3	Uji Heteroskedastisitas.....	55
3.7.1.4	Uji Autokorelasi.....	56
3.7.2	Analisis Regresi Linier Berganda	57
3.7.3	Uji Hipotesis	58
3.7.3.1	Uji Parsial (Uji T).....	58
3.7.3.2	Uji Simultan (Uji F)	59
3.7.3.3	Koefisien Determinasi (R^2)	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		61
4.1.	Hasil Penelitian	61
4.1.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	61
4.1.2.	Data Penelitian	66
4.1.3.	Hasil Analisis Penelitian	72
4.1.3.1.	Uji Asumsi Klasik	72
4.1.3.2.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	79
4.1.3.3.	Uji Hipotesis.....	81

4.2.	Pembahasan.....	86
4.2.1.	Pengaruh <i>Green Accounting</i> Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	86
4.2.2.	Pengaruh <i>Media Exposure</i> Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	87
4.2.3.	Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	88
4.2.4.	Pengaruh <i>Green Accounting</i> , <i>Media Exposure</i> dan Agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	90
BAB V PENUTUP		91
5.1.	Kesimpulan	91
5.2.	Saran	92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

CURRICULUM VITAE

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 3.1	Daftar Perusahaan Sektor Pertambangan di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017 – 2022	47
Tabel 3. 2	Kriteria Pengambilan Sampel	49
Tabel 3. 3	Daftar Sampel Penelitian	50
Tabel 3. 4	Definisi Operasional Variabel	51
Tabel 3. 5	Kriteria Pengambilan Keputusan Uji <i>Durbin-Watson</i>	57
Tabel 4. 1	Daftar Sampel Penelitian	67
Tabel 4. 2	Rekapitulasi Data Penelitian Variabel <i>Green Accounting</i>	67
Tabel 4. 3	Rekapitulasi Data Penelitian Variabel <i>Media Exposure</i>	68
Tabel 4. 4	Rekapitulasi Data Penelitian Variabel Agresivitas Pajak	70
Tabel 4. 5	Rekapitulasi Data Penelitian Variabel Pengungkapan CSR	71
Tabel 4. 6	Uji Multikolinieritas.....	75
Tabel 4. 7	Uji Autokorelasi	77
Tabel 4. 8	Uji Autokorelasi dengan Metode <i>Cochrane-Orcutt</i>	78
Tabel 4. 9	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	79
Tabel 4. 10	Hasil Uji t atau Uji Parsial	82
Tabel 4. 11	Hasil Uji f atau Uji Simultan.....	84
Tabel 4. 12	Hasil Uji Koefisien Determinasi	85

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 1. 1	<i>Overall Score</i> untuk Pelaporan Keberlanjutan CSR	3
Gambar 2. 1	Kerangka Penelitian	39
Gambar 4. 1	Grafik P-Plot	73
Gambar 4. 2	Grafik Histogram	74
Gambar 4. 3	Grafik <i>Scatterplot</i>	76

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul Lampiran
Lampiran 1	91 Indikator berdasarkan GRI G4
Lampiran 2	Data Variabel <i>Green Accounting</i>
Lampiran 3	Data Variabel <i>Media Exposure</i>
Lampiran 4	Data Variabel Agresivitas Pajak
Lampiran 5	Data Variabel Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>
Lampiran 6	Daftar Hasil Pengolahan Uji SPSS Versi 25
Lampiran 7	Hasil Cek Plagiat

ABSTRAK

PENGARUH GREEN ACCOUNTING, MEDIA EXPOSURE, DAN
AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PADA
PERUSAHAAN SEKTOR PERTAMBANGAN
YANG LISTING DI BURSA EFEK
INDONESIA (BEI) TAHUN
2017 – 2022

Fanny Oktavianka. 19622236. Akuntansi. STIE Pembangunan Tanjungpinang
fannyoktaviankaaa@gmail.com

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh yang ditimbulkan dari *Green Accounting*, *Media Exposure*, dan Agresivitas Pajak terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang *Listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017 – 2022. Penelitian ini memiliki populasi sebanyak 56 perusahaan sektor pertambangan dan menggunakan sampel sebanyak 30 amatan dengan menggunakan teknik sampel *non-probability* yaitu *purposive sampling*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Objek penelitian ini berupa Perusahaan Sektor Pertambangan yang *Listing* di Bursa Efek Indonesia tahun 2017 – 2022. Pengumpulan data dilakukan dengan metode dokumentasi dan studi kepustakaan. Dimana didapatkan 30 amatan data berasal dari laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keberlanjutan (*sustainability report*). Metode analisis data yang digunakan yaitu uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan Uji hipotesis yang diolah menggunakan program SPSS Versi 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Green Accounting* tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2017 – 2022. Sementara, *Media Exposure* dan Agresivitas Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan CSR Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2017 – 2022.

Kesimpulan dari penelitian ini yaitu *Green Accounting*, *Media Exposure*, dan Agresivitas Pajak secara simultan berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR. Diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,289 yang artinya seluruh variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen sebesar 28,9% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci : *Green Accounting*, *Media Exposure*, Agresivitas Pajak, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Dosen Pembimbing I : M. Isa Alamsyahbana, S.E., M.Ak

Dosen Pembimbing II : Andres P Sitepu, S.E., M.Ak

ABSTRACT

***THE INFLUENCE OF GREEN ACCOUNTING, MEDIA EXPOSURE, AND
TAX AGGRESSIVENESS ON CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
(CSR) DISCLOSURE IN MINING SECTOR COMPANIES LISTED
ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE (IDX)
2017 – 2022***

*Fanny Oktavianka. 19622236. Accounting. STIE Pembangunan Tanjungpinang
fannyoktaviankaaaa@gmail.com*

The purpose of this research is to determine the effects of Green Accounting, Media Exposure, and Tax Aggressiveness on Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure in Mining Sector Companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) from 2017 to 2022. The population of this study consists of 56 mining sector companies, and a sample of 30 observations is used with a non-probability sampling technique, namely purposive sampling.

The research method used in this study is quantitative. The object of this research is Mining Sector Companies listed on the Indonesia Stock Exchange from 2017 to 2022. Data collection is done through documentation and literature study methods, where 30 observations are obtained from annual reports and sustainability reports. The data analysis method used includes classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing processed using SPSS Version 25.

The results of this study indicate that Green Accounting does not have a significant influence on CSR Disclosure in Mining Companies listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) for the years 2017 – 2022. Meanwhile, Media Exposure and Tax Aggressiveness have a positive and significant influence on CSR Disclosure in Mining Companies listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) for the years 2017 – 2022.

The conclusion of this research is that Green Accounting, Media Exposure, and Tax Aggressiveness collectively have an influence on CSR Disclosure. An Adjusted R Square value of 0.289 was obtained, indicating that all independent variables collectively influence the dependent variable by 28.9%, while the rest is influenced by other variables.

Keyword : Green Accounting, Media Exposure Tax Aggressiveness, Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure

Supervisor I : M. Isa Alamsyahbana, S.E., M.Ak

Supervisor II : Andres P Sitepu, S.E., M.Ak

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, perusahaan didorong untuk lebih memberikan kontribusi besar ke dalam berbagai aspek terutama aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dalam hal ini, tentu perusahaan secara tidak langsung memiliki hubungan yang erat dengan berbagai pihak luar seperti masyarakat, investor, pemerintah dan pihak lainnya. Disamping fokus dalam memaksimalkan perolehan laba yang akan mensejahterakan para pemegang saham, perusahaan juga perlu mempedulikan berbagai dampak yang timbul dari aktivitas usaha dan operasi bisnis yang dilakukan terhadap lingkungan dan masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung.

Hal tersebut sesuai dengan pemaparan (Rahayu & Darmawan, 2017), dimana perusahaan seharusnya berfokus pada *triple bottom line* yang tidak hanya mengutamakan untuk memperoleh keuntungan (*profit*) saja, tetapi juga bertujuan untuk menciptakan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan menjaga lingkungan di sekitarnya (*planet*).

Keuntungan yang telah diperoleh perusahaan mengakibatkan timbulnya tanggung jawab sosial yang harus dilaksanakan agar keberadaan perusahaan tersebut dapat menjadi manfaat bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. Oleh karena itu, sebagai wujud kepedulian dan tanggung jawab, perusahaan perlu melakukan pertanggungjawaban sosial atau yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development*, *Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen berkelanjutan yang dimiliki oleh perusahaan dalam dunia bisnis untuk bertindak secara etik dan memberikan kontribusinya terhadap pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjanya beserta seluruh keluarga.

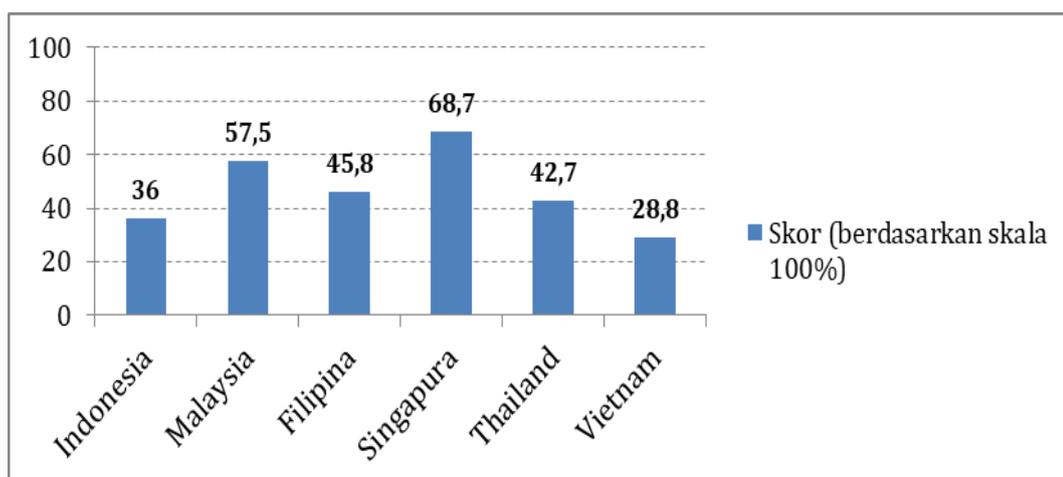
Upaya yang dilakukan perusahaan untuk memperoleh citra yang baik di mata masyarakat dipandang perlu untuk disampaikan kepada publik, terutama dengan mengungkapkan dalam laporan tahunannya bahwa perusahaan telah banyak melakukan kegiatan CSR (Rahmawati & Rohman, 2019). Pengungkapan CSR merupakan kewajiban yang ditujukan untuk investasi masa depan dan dituangkan ke dalam rencana dan tujuan perusahaan. Pengungkapan ini akan menjadi peluang bagi perusahaan untuk menjalin hubungan baik dengan masyarakat sekitar.

Namun pada kenyataannya masih terdapat perusahaan di Indonesia yang mengabaikan dampak-dampak yang timbul tersebut sehingga memberikan akibat yang buruk bagi lingkungan sekitar perusahaan, yang tentunya dampak tersebut akan menciptakan citra perusahaan yang kurang baik dimana dianggap kurang peduli terhadap lingkungan sekitarnya. Contoh fenomena yang terjadi dapat dilihat dari berita yang dilansir oleh Kompas.com, dimana dalam wawancara yang dilakukan dengan Gubernur Kalimantan Timur, Isran Noor, menyatakan bahwa masih banyak perusahaan di Kalimantan Timur yang tidak mengungkapkan maupun melaporkan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR). Padahal

menurut beliau pengelolaan CSR perlu diungkapkan secara transparan dan dilaporkan ke pemerintah daerah.

Adapun terdapat publikasi riset *Asian CSR Network* berjudul “*Corporate Sustainability Reporting In ASEAN Countries*” oleh (Wanqi *et al.*, 2020) yang melakukan penilaian terhadap 582 perusahaan *top listed* di enam negara ASEAN, yaitu Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand dan Vietnam. Perusahaan-perusahaan tersebut teridentifikasi sebagai perusahaan yang terdaftar di bursa efek masing-masing negara, yaitu Bursa Efek Indonesia, Bursa Malaysia, Bursa Efek Filipina, Bursa Singapura, Bursa Efek Thailand, dan Bursa Efek HoChiMinh atau Bursa Efek Hanoi. Ruang lingkup penilaian mencakup pengungkapan perusahaan periode 2019 dari laporan tahunan (*annual reports*), laporan keberlanjutan dan *microsites* perusahaan dengan kriteria penilaian mengacu pada standar GRI (*Global Reporting Initiative*).

Gambar 1. 1
Overall Score untuk Pelaporan Keberlanjutan CSR



Sumber : “*Corporate Sustainability Reporting In ASEAN Countries*” oleh (Wanqi *et al.*, 2020)

Berdasarkan Gambar 1.1, diketahui bahwa perusahaan yang terdaftar di Singapura memperoleh skor pelaporan keberlanjutan tertinggi secara keseluruhan dengan skor 68.7%, diikuti oleh Malaysia dengan skor 57,7%, Filipina dengan skor 45,8%, Thailand dengan skor 42,7%, Indonesia dengan skor 36% dan Vietnam dengan skor 28,8%. Hasil dari riset tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan pelaporan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* di Indonesia masih tergolong lebih rendah dari Negara ASEAN lainnya.

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, dalam penelitian ini akan membahas 3 faktor yang memengaruhi yaitu *Green Accounting*, *Media Exposure*, dan Agresivitas Pajak. Faktor pertama yang mempengaruhi pengungkapan CSR ialah *Green Accounting*. *Green Accounting* adalah biaya yang dicatat sebagai salah satu jenis akuntansi yang digunakan untuk pelestarian lingkungan. Konsep *Green Accounting* diperlukan untuk mencerminkan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan.

Green Accounting dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas sumber daya dalam jangka panjang yang terkait dengan pengembangan fungsi lingkungan perusahaan dan bermanfaat bagi masyarakat setempat. Perusahaan memerlukan pemahaman yang kuat tentang bagaimana memastikan keberlanjutan perusahaan itu sendiri selain membina kelestarian lingkungan yang menguntungkan (Amaliyah & Puspawati, 2022).

Sebagai contoh, PT. Vale Indonesia merupakan peraih penghargaan *Green Concern Company 2020* dari Majalah SWA. Penghargaan tersebut merupakan bentuk apresiasi bagi perusahaan yang berhasil menerapkan operasional bisnis dengan memperhatikan 3P yaitu *People, Planet, dan Profit* (Liliyah, 2020). Dalam aktivitas operasional penambangan nikel oleh PT. Vale Indonesia diintegrasikan semaksimal mungkin dengan kegiatan rehabilitasi dan reklamasi pasca tambang. PT. Vale Indonesia selama ini tercatat telah melakukan rehabilitasi blok Sorowako dengan total lahan yang tercatat mencapai 4.249,45 hektar. PT. Vale Indonesia juga melakukan berbagai kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui berbagai kegiatan yaitu salah satunya dengan melakukan kerja sama program pengembangan pertanian dan perikanan sehat ramah lingkungan dan berkelanjutan, serta pengembangan upaya kesehatan bersumber daya masyarakat berbasis herbal, dan lain-lain. Informasi tersebut diungkapkan dalam laporan keberlanjutan PT. Vale Indonesia Tbk Tahun 2020.

Adanya pelaksanaan *Green Accounting* yang diungkapkan ke dalam pengungkapan CSR tersebut dapat digunakan sebagai sarana untuk memenuhi tanggung jawab sosial dan kepedulian lingkungan. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk membangun reputasi yang baik. Penelitian yang dilakukan (Mustofa *et al.*, 2020) menunjukkan bahwa *Green Accounting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan dan *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Hasil penelitian lainnya (Mariani, 2017) menunjukkan bahwa *Green Accounting* yang diprosikan dengan biaya lingkungan tidak mempengaruhi *Corporate Social Responsibility*.

Faktor selanjutnya yang memengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah *Media Exposure*. *Media Exposure* mengacu pada aktivitas yang diungkapkan oleh berbagai media seperti situs web, media sosial, dan portal berita online. Internet memungkinkan pengungkapan yang efektif dan terkini. Pengungkapan CSR melalui internet lebih efektif karena banyaknya masyarakat yang mengikuti perkembangan teknologi saat ini. Kehadiran media membuat publikasi tentang CSR menjadi kesadaran publik. Keterbukaan informasi kegiatan CSR dapat memberikan efek positif dalam membangun hubungan baik dengan masyarakat dan meningkatkan kepercayaan masyarakat. Oleh karena itu, *Media Exposure* dapat menjadi faktor penting yang mempengaruhi pengungkapan CSR.

Banyak penelitian telah dilakukan pada pengaruh *Media Exposure* terhadap *Corporate Social Responsibility*. Penelitian oleh (Yasin, 2020) menunjukkan bahwa *Media Exposure* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Namun, penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian (Sarra & Alamsyah, 2020) yang menyatakan bahwa *Media Exposure* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* adalah Agresivitas Pajak. Menurut Frank dalam (Rahayu & Darmawan, 2017), Agresivitas Pajak adalah tindakan merekayasa pendapatan kena pajak yang dirancang melalui tindakan perencanaan pajak (*tax planning*) baik menggunakan cara yang tergolong secara legal maupun illegal. Kepatuhan pajak dapat diartikan sebagai kepedulian terhadap perkembangan dan pertumbuhan suatu negara.

Tindakan pajak agresif dilihat sebagai sebuah rahasia umum karena secara signifikan dapat menghemat beban pajak perusahaan. Penghematan beban pajak ini pada akhirnya akan membuat laba perusahaan menjadi lebih tinggi.

Diketahui melalui publikasi dari *PricewaterhouseCoopers* (PwC) dengan judul “*Mine 2021 Great Expectation, Seizing Tomorrow*” diketahui bahwa hanya 30 persen dari 40 perusahaan pertambangan besar yang telah mengadopsi pelaporan transparansi pajak pada tahun 2020. Sementara sisanya, tidak melakukan pelaporan pajaknya dengan transparan (Suwiknyo, 2021). Adapun hasil dari liputan *bisnis.com* menyatakan bahwa sebagian besar perusahaan pertambangan tidak sepenuhnya mematuhi ketentuan pajak serta pungutan pajak yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Misalnya, Perusahaan AO yang menjadi perhatian karna berupaya melakukan penghindaran pajak dengan mengalihkan keuntungan yang diperoleh ke anak perusahaannya yang berada di Singapura yang merupakan negara suaka pajak. Sehingga pajak yang seharusnya dilapor serta bayarkan kepada pemerintah menjadi lebih rendah daripada kewajiban yang seharusnya.

Agresivitas pajak bukanlah sesuatu yang diharapkan publik sehingga perusahaan melakukan tindakan yang dapat mencoreng reputasinya di masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan yang merencanakan pajak dengan tindakan agresif akan dianggap oleh publik sebagai perusahaan yang tidak memiliki tanggung jawab sosial (Wijaya & Hadiprajitno, 2017). Sesuai dengan penelitian yang (Handayani *et al.*, 2018) menyatakan bahwa Agresivitas Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Sedangkan dalam penelitian lain yang dilakukan oleh (Ramadhan & Amrin, 2019) menyatakan bahwa Agresivitas Pajak tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Perusahaan sektor pertambangan termasuk di antara perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Dengan kekhasannya masing-masing, banyak perusahaan pertambangan yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Namun, perusahaan pertambangan termasuk di antara perusahaan yang memiliki dampak terbesar terhadap kelangsungan hidup dan lingkungan. Dikatakan demikian karena kegiatan perusahaan yang berkaitan erat dengan alam dinilai akan menimbulkan dampak terhadap lingkungan. Sehingga diperlukan upaya antisipasi yang dilakukan terhadap dampak yang timbul dari aktivitas pertambangan tersebut.

Nur Hidayati, Direktur Jenderal Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI), mengatakan pihaknya selama ini menemukan industri pertambangan Indonesia belum memenuhi standar lingkungan. Kerap kali muncul berbagai masalah seperti perizinan, konflik dengan warga lokal, hingga pencemaran yang disebabkan dari kegiatan pertambangan yang dilakukan. Nur Hidayati juga menganggap bahwa dampak negatif industri pertambangan terhadap lingkungan hidup dan masyarakat berlangsung dari hulu sampai hilir. Peran pemerintah pun dinilai tidak begitu signifikan, terutama dalam mengawasi implementasi undang-undang beserta turunannya.

Berdasarkan pembahasan dan fenomena di atas beserta hasil penelitian terdahulu yang tidak konsisten mengenai pengaruh variabel *Green Accounting*, *Media Exposure* dan Agresivitas Pajak terhadap pengungkapan CSR, maka penelitian ini dilakukan untuk mengkaji kembali faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan demikian, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai **“PENGARUH GREEN ACCOUNTING, MEDIA EXPOSURE DAN AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PADA PERUSAHAAN SEKTOR PERTAMBANGAN YANG LISTING DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) TAHUN 2017 – 2022 ”**.

1.2. Rumusan Masalah

Setelah meneliti lebih dalam terhadap judul diatas maka peneliti mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah *Green Accounting* berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)?
2. Apakah *Media Exposure* berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)?
3. Apakah Agresivitas Pajak berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)?
4. Apakah *Green Accounting*, *Media Exposure*, dan Agresivitas Pajak berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)?

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah perusahaan yang menjadi sampel penelitian terbatas pada perusahaan yang memenuhi kriteria sampel yaitu:

1. Perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut pada tahun 2017 – 2022;
2. Perusahaan sektor pertambangan yang memperoleh peringkat PROPER dari Kementerian Lingkungan Hidup pada periode tahun 2017-2022;
3. Perusahaan sektor pertambangan yang memiliki laba positif pada tahun 2017 – 2022.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Green Accounting* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
2. Untuk mengetahui pengaruh *Media Exposure* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
3. Untuk mengetahui pengaruh Agresivitas Pajak terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
4. Untuk mengetahui pengaruh *Green Accounting*, *Media Exposure*, dan Agresivitas Pajak terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

1.5. Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini akan memberikan wawasan, referensi dan pemahaman mengenai pengaruh *Green Accounting*, *Media Exposure* dan Agresivitas Pajak terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* serta dapat memberikan kontribusi untuk pengembangan dan penambahan materi.

1.5.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi peneliti, digunakan sebagai objek pelatihan dan penerapan teori-teori yang disampaikan dalam perkuliahan, serta untuk memperoleh informasi mengenai pengaruh *Green Accounting*, *Media Exposure* dan Agresivitas Pajak terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
2. Bagi Akademis, diharapkan dapat memberikan informasi lebih lanjut dan juga dapat digunakan sebagai referensi untuk digunakan untuk penelitian serupa di masa mendatang.
3. Bagi Masyarakat, diharapkan dapat memberikan panduan dan pengetahuan mengenai pengaruh *Green Accounting*, *Media Exposure*, dan Agresivitas Pajak terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Selain itu, dapat menjadi pedoman bagi masyarakat untuk mengambil keputusan investasi.
4. Bagi Perusahaan, diharapkan dapat memberikan gambaran tentang keadaan perusahaan, sehingga dapat dijadikan pedoman dalam pengambilan keputusan dan sebagai informasi tambahan, saran atau masukan untuk perbaikan guna meningkatkan kinerja perusahaan.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab dan masing-masing bab akan dijelaskan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Di dalam bab ini menjelaskan tentang fenomena atau topik permasalahan yang dituangkan dalam latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang kajian teori yang berkaitan dengan penyusunan penelitian juga kerangka pemikiran serta penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai jenis penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, definisi operasional variabel, teknik pengolahan data dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai deskripsi hasil pengolahan data penelitian, pengujian hipotesis, serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan yang diambil berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan kemudian dilanjutkan dengan saran dari peneliti.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Teori *Stakeholders*

Teori *Stakeholders* pertama kali dikembangkan oleh R. Edward Freeman pada tahun 1994, dimana dalam teori ini menyatakan bahwa perusahaan bukanlah suatu entitas yang bertindak semata-mata untuk kepentingannya sendiri, tetapi harus memberikan manfaat bagi pemangku kepentingan (pemegang saham, kreditur, konsumen, pemasok, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain) (Ghozali, 2020). Teori *Stakeholders* adalah teori yang mempertimbangkan kepentingan para pemangku kepentingan yang memiliki pengaruh terhadap strategi perusahaan kedepannya. Pandangan ini dimungkinkan karena *stakeholder* termasuk dalam bagian dari perusahaan yang mempengaruhi pengelolaan sumber daya keuangan yang digunakan dalam operasi perusahaan.

Dari uraian definisi diatas dapat disimpulkan bahwa Teori *Stakeholders* adalah teori yang menekankan perusahaan untuk mempertimbangkan kepentingan, kebutuhan dan pengaruh dari berbagai pihak yang berkaitan dengan pengambilan keputusan dan kegiatan operasional perusahaan.

Tujuan teori pemangku kepentingan dalam bisnis adalah untuk menguntungkan semua pihak yang terkait. Dengan mengadopsi *Corporate Social Responsibility* (CSR), sebuah perusahaan dapat mencapai tujuan perusahaan sekaligus meningkatkan kesejahteraan pelanggan, pekerja, dan masyarakat di

sekitarnya sehingga dapat mengembangkan interaksi positif antara bisnis dan lingkungan sekitar tempat beroperasi (Sisdianto & Fitri, 2020).

Sumber daya keuangan perusahaan dikelola dan digunakan untuk mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan. Oleh karena itu sudah menjadi kewajiban perusahaan untuk menggunakan sumber daya keuangan secara efektif dan efisien. Tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan tidak hanya mencakup kondisi kesehatan keuangan perusahaan tetapi juga dampak sosial dan lingkungannya. Perusahaan yang mengungkapkan kewajiban CSR-nya dapat dianggap berkontribusi terhadap masalah sosial dan lingkungan (Handayani *et al.*, 2018).

Dengan demikian, kemampuan perusahaan untuk bertahan sangat ditentukan oleh dukungan yang diberikan oleh para pemangku kepentingan. Perusahaan diharapkan dapat melakukan lebih banyak upaya untuk beradaptasi dengan hubungan yang lebih baik dengan para pemangku kepentingan. Interaksi antara perusahaan dan pemangku kepentingan dianggap bagian dari pengungkapan sosial.

2.1.2 Corporate Sosial Responsibility

2.1.2.1. Pengertian Corporate Social Responsibility

Menurut sebuah organisasi dunia, *The World Business Council for Sustainable Development*, *Corporate Social Responsibility* didefinisikan sebagai sebuah komitmen berkelanjutan yang dimiliki oleh perusahaan dalam dunia bisnis untuk bertindak secara etik dan memberikan kontribusinya terhadap

pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjaanya beserta seluruh keluarga.

Adapun berdasarkan Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, *Corporate Social Responsibility* dimaknai sebagai tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanam modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.

Menurut Sembiring dalam (Ramadhan & Amrin, 2019), *Corporate Social Responsibility* adalah proses pelaporan perusahaan yang bertujuan untuk mengkomunikasikan dampak sosial maupun lingkungan yang timbul dari aktivitas ekonomi perusahaan pada suatu kelompok yang berkepentingan secara khusus dan masyarakat secara umum.

Menurut (Sri Ardani & Mahyuni, 2020), *Corporate Social Responsibility* merupakan sebuah bentuk pertanggungjawaban sosial perusahaan yang berpijak pada konsep *triple bottom line* yaitu *profit* (keuntungan), *people* (masyarakat), dan *planet* (lingkungan). Perusahaan menyadari bahwa fokus utama bukan hanya profit atau keuntungan melainkan perusahaan harus lebih memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan yang secara tidak langsung berdampak pada keberlanjutan usaha.

Dari uraian definisi diatas dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah bentuk pertanggungjawaban sosial yang melekat pada perusahaan untuk memberikan kontribusinya terhadap pengembangan sosial

dan lingkungan serta mengkomunikasikan dampak yang timbul dari aktivitas ekonomi perusahaan untuk menciptakan hubungan yang harmonis sesuai dengan norma dan nilai yang ada pada masyarakat.

Menurut penelitian (Dianawati, 2018), perkembangan CSR semakin mendapat perhatian sebagai akibat dari pencetusan ungkapan “*The Triple Bottom Line*” dalam buku John Elkington tahun 1997 berjudul “*Cannibals with Forks, The Triple Bottom Line of 21st Century Business*” yang mengklaim bahwa perusahaan yang berfokus pada pertumbuhan yang sehat perlu memperhatikan 3P, yaitu tidak hanya berfokus pada keuntungan (*profit*), tetapi juga perlu memberikan kontribusi positif dengan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan ikut andil menjaga lingkungan (*planet*). Gagasan ini menunjukkan bagaimana perusahaan harus mempertimbangkan faktor sosial dan lingkungan selain faktor ekonomi. Perusahaan akan menjamin kelangsungan usaha jika dapat menggabungkan ketiga faktor tersebut. Namun, jika mengabaikan salah satu faktor saja dapat memunculkan hambatan yang merugikan perusahaan.

2.1.2.2. Regulasi *Corporate Social Responsibility*

Terdapat beberapa regulasi yang mengatur terkait dengan kewajiban perusahaan untuk mengimplementasikan CSR di Indonesia.

1. UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Sebagaimana disebutkan dalam Pasal 3 Ayat 1 poin h menyatakan bahwa perusahaan yang akan menanamkan modalnya di Indonesia harus berdasar pada asas berwawasan lingkungan. Pasal 15 Poin b juga mengatur bahwa korporasi

asing maupun domestik yang menanamkan modalnya di Indonesia berkewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.

2. UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT). Dinyatakan dalam Bab V Pasal 74 secara khusus menentukan bahwa perusahaan yang berbentuk PT diwajibkan untuk melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan juga menyertakannya dalam laporan tanggung jawab sosial perusahaan (Rahmawati & Rohman, 2019).

Adanya peraturan tersebut diharapkan dapat mendorong seluruh perusahaan, terutama yang bergerak di industri pertambangan, untuk melaksanakan program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Oleh karena itu, dalam melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan, perusahaan perlu memiliki tingkat kesadaran yang tinggi.

2.1.2.3. Tujuan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Kamil dan Herusetya dalam (Ramadhan & Amrin, 2019), dalam upaya menghindari ketidakpercayaan masyarakat terhadap praktik bisnis perusahaan, maka tujuan utama program CSR yang dilaksanakan di dunia usaha adalah untuk meningkatkan taraf hidup. Selanjutnya perusahaan yang menerapkan CSR berusaha untuk menjamin kelangsungan keuntungan operasi bagi para pemangku kepentingan dengan menyajikan laporan keuangan yang merupakan alat bagi perusahaan untuk melaporkan kegiatan yang telah dan akan dilakukan, serta memberikan informasi yang mengandung pengungkapan yang salah satunya adalah *CSR disclosure*.

2.1.2.4. Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Banyak manfaat yang didapat dari pelaksanaan CSR bagi perusahaan, masyarakat, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya. Menurut Wibisono dalam (Sri Ardani & Mahyuni, 2020) terdapat 4 manfaat yang akan diterima apabila melaksanakan CSR, yakni sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan yakni mendapatkan reputasi yang baik, memfasilitasi komunikasi terkait modal, menjaga kualitas sumber daya manusianya, dan memiliki kemampuan untuk melakukan pengambilan keputusan sesuai dengan kebutuhan bisnis.
2. Bagi masyarakat yakni dapat memberikan nilai tambah kepada masyarakat agar standar yang ada selalu terpenuhi.
3. Bagi lingkungan yakni memiliki kemampuan untuk mencegah terjadinya permasalahan lingkungan dalam rangka meningkatkan kualitas dan menjaga sumber daya alam.
4. Bagi negara yakni mampu meminimalisir terjadinya persoalan korupsi dengan menjunjung tinggi kewajiban membayar pajak.

2.1.2.5. Prinsip *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility (CSR) mencakup dimensi yang sangat luas dan kompleks. Selain itu, *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga mengandung interpretasi yang sangat berbeda, terutama mengenai manfaat. (Asmeri *et al.*, 2017) menguraikan prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi tiga, antara lain :

1. *Sustainability* (keberlanjutan)

Berkaitan dengan bagaimana perusahaan mempertimbangkan keberlanjutan sumber daya dalam tindakannya di masa depan. Keberkelanjutan juga memberikan arahan dalam penggunaan sumber daya yang ada, dengan mempertimbangkan kemampuan generasi mendatang. Oleh karena itu, *sustainability* berorientasi pada keberpihakan dan upaya pemanfaatan sumber daya agar tetap memperhatikan generasi masa depan.

2. *Accountability* (tanggung jawab)

Merupakan upaya perusahaan agar terbuka dan bertanggungjawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Konsep ini menjelaskan pengaruh kuantitatif aktivitas perusahaan terhadap pihak internal dan eksternal. Akuntabilitas dan keterbukaan memiliki kemanfaatan secara sosial dan ekonomi. Selanjutnya dinyatakan bahwa informasi yang disampaikan oleh perusahaan bermanfaat bagi pemangku kepentingan dalam mendukung pengambilan keputusan.

3. *Transparency* (transparan)

Transparency merupakan satu hal yang amat sangat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman khususnya informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak dan lingkungan.

2.1.3 Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*

2.1.3.1. Pengertian Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*

Gray dalam (Mariani, 2017) menyatakan bahwa *Corporate Sosial Responsibility Disclosure* merupakan suatu proses penyedia informasi yang dirancang untuk mengemukakan masalah seputar akuntabilitas sosial, yang mana secara khas tindakan ini dapat dipertanggungjawabkan dalam media-media seperti laporan tahunan maupun dalam bentuk iklan yang berorientasi sosial.

Pada penelitian (Yuliskayani & Damayanthi, 2018) dinyatakan bahwa pengungkapan CSR perusahaan dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non keuangan yang meliputi manfaat sosial dan biaya sosial berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya. Penyediaan informasi yang luas dalam laporan keuangan merupakan keharusan yang disebabkan adanya permintaan berbagai pihak yang berkepentingan dengan informasi tersebut. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan muncul karena adanya tuntutan dari masyarakat dan para pengguna laporan keuangan terhadap dampak kegiatan bisnis perusahaan. Timbulnya kesadaran publik akan peran perusahaan ditengah masyarakat melahirkan kritik karena menciptakan masalah sosial, polusi, penyusutan sumber daya, limbah, mutu produk, tingkat keamanan produk serta hak dan status kerja.

Pengungkapan CSR dapat didefinisikan sebagai suatu rangkaian proses dalam merekam setiap kegiatan sosial lingkungan melalui pelaksanaan kegiatan ekonomi dari suatu organisasi (perusahaan) terhadap sosial dan lingkungan sekitar (masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan) secara komprehensif.

Pengungkapan CSR harus dilakukan, dilaporkan dan disajikan secara jelas dan lengkap secara rinci untuk setiap kegiatan yang dilakukan, dan dapat dibaca dengan baik, untuk memudahkan pemegang saham merasa nyaman dalam mengambil keputusan sebagai tindakan lebih lanjut setelah melihat pengungkapan CSR yang disajikan itu sendiri (Sarra & Alamsyah, 2020).

Dari uraian definisi diatas dapat disimpulkan bahwa Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah proses penyediaan informasi keuangan dan non keuangan oleh perusahaan mengenai pertanggungjawaban terhadap aspek sosial dan lingkungan sekitarnya yang dilaporkan dan disajikan secara jelas dalam laporan keuangan ataupun media lainnya.

2.1.3.2. Pengukuran Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Di Indonesia sendiri pengungkapan CSR banyak diukur dengan menggunakan konsep GRI (*Global Reporting Initiative*), sebagai salah satu pedoman untuk perekapan laporan CSR. Konsep ini merupakan konsep *sustainability report* yang muncul sebagai akibat adanya konsep *sustainability development*. GRI (*Global Report Inisiative*) yang diperoleh dari website www.globalreporting.org, terdiri dari enam kategori sesuai dengan peraturan G4, yaitu ekonomi, lingkungan, keselamatan tenaga kerja, hak asasi manusia, keterlibatan masyarakat, dan tanggung jawab produk (Mashuri & Ermaya, 2020).

Dimana kategori tersebut diharapkan terdapat pada perusahaan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan 91 item yang terdiri dari ekonomi (9 indikator), lingkungan (34 indikator), praktek ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja (16

indikator), hak asasi manusia (12 indikator), masyarakat (11 indikator) dan tanggung jawab atas produk (9 indikator). Pengukuran yang dilakukan ini dengan cara mencocokkan item pada *checklist* yang diungkapkan perusahaan dengan beberapa item. Apabila pada item y tersebut diungkapkan maka akan diberikan nilai 1, dan sebaliknya apabila dalam item y tersebut tidak diungkapkan maka akan diberi nilai 0 pada tabel *checklist* tersebut. Selanjutnya seluruh item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan (Jananti & Setiawan, 2018). Pengukuran dilakukan dengan berdasarkan indeks pengungkapan masing-masing perusahaan, dengan rumus perhitungan sebagai berikut:

$$\text{CSR D} = \frac{\text{Jumlah Item CSR yang Diungkapkan}}{\text{Indikator Pengungkapan CSR Versi GRI G4}} \quad (\text{Yasin, 2020})$$

2.1.4 *Green Accounting*

2.1.4.1. *Pengertian Green Accounting*

Menurut (Zulhaimi, 2015), *Green Accounting* adalah penerapan akuntansi dimana perusahaan juga memasukan biaya – biaya untuk pelestarian lingkungan ataupun kesejahteraan lingkungan sekitar yang sering disebut dengan istilah biaya lingkungan dalam beban perusahaan. Pengorbanan perusahaan dalam mengeluarkan biaya untuk lingkungan dapat mengurangi potensi pengeluaran biaya yang lebih besar di masa yang akan datang seperti biaya tuntutan masyarakat atas perusakan lingkungan oleh industri, resiko penutupan usaha akibat sanksi dari pemerintah dan lain sebagainya.

Menurut Lako dalam (Damayanti & Astuti, 2022), *Green Accounting* adalah sebuah proses pengukuran, pengakuan, pencatatan, peringkasan, pelaporan, yang diungkap dengan integrasi tinggi. Dengan *Green Accounting* dapat menjadi jaminan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan demi mewujudkan keadilan sosial antar masyarakat dalam satu generasi bahkan antar generasi.

Menurut (Maflikha & Kodir, 2022), *Green Accounting* merupakan aktivitas mengumpulkan, menganalisa, dan menyajikan laporan terhubung lingkungan dan data finansial dengan tujuan untuk mengurangi efek dan beban dari pencemaran lingkungan. Format akuntansi ini juga krusial bagi banyak faktor kebijakan pemerintah.

Menurut (Yeasin, 2018), *Green Accounting is a subtype of environmental accounting that illustrate a company's steps to incorporate environmental and cost advantages as essential information in the decision-making processes of the company or as a business financial result. Green Accounting* atau Akuntansi hijau adalah sub tipe dari akuntansi lingkungan yang menggambarkan langkah-langkah perusahaan untuk menggabungkan keunggulan lingkungan dan biaya sebagai informasi penting dalam proses pengambilan keputusan perusahaan atau sebagai hasil keuangan bisnis.

Dari uraian definisi diatas dapat disimpulkan bahwa *Green Accounting* adalah penerapan akuntansi dimana perusahaan melakukan pengukuran, pengakuan, pencatatan, peringkasan dan penyajian laporan yang berhubungan

dengan biaya - biaya untuk pelestarian lingkungan ataupun kesejahteraan lingkungan.

2.1.4.2. Fungsi dan Peran *Green Accounting*

Pentingnya penggunaan akuntansi lingkungan (*Green Accounting*) bagi perusahaan atau organisasi lainnya dijelaskan dalam fungsi dan peran akuntansi lingkungan (*Green Accounting*) (Mustofa *et al.*, 2020). Fungsi dan peran tersebut dibagi ke dalam dua bentuk. Masing-masing fungsi tersebut dijelaskan sebagai berikut :

1. Fungsi Internal

Fungsi internal merupakan fungsi yang berkaitan dengan pihak internal perusahaan sendiri. Pihak internal adalah pihak yang menyelenggarakan usaha, seperti rumah tangga konsumen dan rumah tangga produksi maupun jasa lainnya. Adapun yang menjadi faktor dominan pada fungsi internal ini adalah pimpinan perusahaan. Sebab pimpinan perusahaan merupakan orang yang bertanggung jawab dalam setiap pengambilan keputusan maupun penentuan setiap kebijakan internal perusahaan. Sebagaimana lainnya dengan sistem informasi lingkungan perusahaan, fungsi internal memungkinkan untuk mengatur biaya konservasi lingkungan dan menganalisis biaya dari kegiatan-kegiatan konservasi lingkungan yang efektif dan efisien serta sesuai dengan pengambilan keputusan. Dalam fungsi internal ini diharapkan akuntansi lingkungan berfungsi sebagai alat manajemen bisnis yang dapat digunakan oleh manajer ketika berhubungan dengan unit-unit bisnis.

2. Fungsi Eksternal

Fungsi eksternal merupakan fungsi yang berkaitan dengan aspek pelaporan keuangan. Pada fungsi ini, faktor penting yang perlu diperhatikan perusahaan adalah pengungkapan hasil dari kegiatan konservasi lingkungan dalam bentuk data akuntansi. Informasi yang diungkapkan merupakan hasil yang diukur secara kuantitatif dari kegiatan konservasi lingkungan. Termasuk di dalamnya adalah informasi tentang sumber - sumber ekonomi suatu perusahaan.

2.1.4.3. Manfaat *Green Accounting*

Akuntansi lingkungan secara spesifik mendefinisikan dan menggabungkan semua biaya lingkungan ke dalam laporan keuangan perusahaan. Bila biaya - biaya tersebut secara jelas teridentifikasi, perusahaan akan cenderung mengambil keuntungan dari peluang-peluang untuk mengurangi dampak lingkungan (Mariani, 2017).

Adapun manfaat dari mengadopsi akuntansi lingkungan (*Green Accounting*), yakni :

1. Perkiraan yang lebih baik dari biaya sebenarnya pada perusahaan untuk memproduksi produk atau jasa sehingga hal ini bermuara memperbaiki harga dan profitabilitas.
2. Mengidentifikasi biaya-biaya sebenarnya dari produk, proses, sistem, atau fasilitas, dan menjabarkan biaya-biaya tersebut pada tanggung jawab manajer.
3. Membantu manajer untuk menargetkan area operasi bagi pengurangan biaya dan perbaikan dalam ukuran lingkungan dan kualitas.

4. Membantu dengan penanganan keefektifan biaya lingkungan atau ukuran perbaikan kualitas.
5. Memotivasi staf untuk mencari cara yang kreatif untuk mengurangi biaya - biaya lingkungan.
6. Mendorong perubahan dalam proses untuk mengurangi penggunaan sumber daya dan mengurangi, mendaur ulang, atau mengidentifikasi pasar bagi limbah.
7. Meningkatkan kepedulian terhadap isu-isu lingkungan, kesehatan, dan keselamatan kerja.

2.1.4.4. Pengukuran *Green Accounting*

Dalam mengevaluasi kualitas kinerja lingkungan suatu perusahaan, dapat dilihat dari prestasinya dalam mengikuti Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER) dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup. PROPER diperkenalkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) pada tahun 2002 sebagai perluasan dari PROPER PROKASIH yang sebelumnya dikembangkan pada tahun 1995. Sejak diluncurkan, PROPER telah diadopsi sebagai instrumen kepatuhan di berbagai negara seperti China, India, Filipina, dan Ghana, serta menjadi subjek penelitian di berbagai perguruan tinggi dan lembaga penelitian (Widyowati & Damayanti, 2022).

Tujuan utama PROPER adalah mendorong perusahaan untuk meningkatkan pengelolaan lingkungan dan memperkuat peran mereka dalam melindungi lingkungan hidup. Program ini juga memiliki efek stimulan dalam

mematuhi peraturan lingkungan dan memberikan nilai tambah dalam upaya pemeliharaan sumber daya alam, konservasi energi, dan pengembangan masyarakat (Widyowati & Damayanti, 2022).

Website www.proper.menlh.go.id menjelaskan bahwa PROPER merupakan manifestasi dari transparansi dan demokratisasi dalam pengelolaan lingkungan di Indonesia. Implementasi instrumen ini merupakan upaya Kementerian Lingkungan Hidup untuk menerapkan sebagian prinsip-prinsip Good Governance, seperti transparansi, keadilan, akuntabilitas, dan partisipasi masyarakat, dalam pengelolaan lingkungan.

Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh (Damayanti & Astuti, 2022), dalam penelitian ini akan mengukur variabel *Green Accounting* dengan PROPER yang dikeluarkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, yaitu mencakup pemeringkatan perusahaan dalam lima (5) warna.

1. Peringkat Emas merupakan tingkatan tertinggi dalam penilaian kinerja dan/atau program perusahaan dalam hal pengendalian pencemaran dan kerusakan lingkungan hidup. Perusahaan yang memperoleh peringkat ini telah berhasil melaksanakan upaya-upaya yang melebihi persyaratan yang ditetapkan dan/atau menerapkan prinsip produksi bersih sehingga memberikan dampak yang sangat positif bagi lingkungan sekitar dan masyarakat. Perusahaan dengan peringkat Emas menunjukkan kinerja yang sangat baik, dan oleh karena itu diberi skor 5 sebagai penilaiannya.

2. Peringkat Hijau merupakan tingkatan kedua tertinggi dalam penilaian kinerja dan/atau program perusahaan terkait pengendalian pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan hidup. Perusahaan yang memperoleh peringkat ini telah melaksanakan upaya-upaya pengendalian yang lebih baik daripada persyaratan yang ditetapkan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Perusahaan dengan peringkat Hijau menunjukkan kinerja yang sangat baik, dan oleh karena itu diberi skor 4 sebagai penilaiannya.
3. Peringkat Biru merupakan tingkatan ketiga dalam penilaian kinerja dan/atau program perusahaan terkait pengendalian pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan hidup. Perusahaan yang memperoleh peringkat ini telah melakukan upaya pengendalian yang memenuhi persyaratan minimum yang ditetapkan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Perusahaan dengan peringkat Biru menunjukkan kinerja yang baik, dan oleh karena itu diberi skor 3 sebagai penilaiannya.
4. Peringkat Merah merupakan tingkatan keempat dalam penilaian kinerja dan/atau program perusahaan terkait pengendalian pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan hidup. Perusahaan yang memperoleh peringkat ini telah melakukan upaya pengendalian, namun belum mencapai persyaratan minimum yang ditetapkan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Perusahaan dengan peringkat Merah menunjukkan kinerja yang buruk, dan oleh karena itu diberi skor 2 sebagai penilaiannya.

5. Peringkat Hitam merupakan tingkatan terendah dalam penilaian kinerja dan/atau program perusahaan terkait pengendalian pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan hidup. Perusahaan yang memperoleh peringkat ini telah melakukan kelalaian yang disengaja yang mengakibatkan kerusakan dan pencemaran lingkungan yang melanggar peraturan perundang-undangan yang berlaku. Perusahaan dengan peringkat Hitam menunjukkan kinerja yang sangat buruk, dan oleh karena itu diberi skor 1 sebagai penilaiannya.

2.1.5 *Media Exposure*

2.1.5.1. *Pengertian Media Exposure*

Media adalah suatu sarana atau alat perantara yang memiliki fungsi untuk menyalurkan pesan ataupun informasi kepada penerima yang berasal dari sumber tertentu. Suatu media dapat dikatakan berfungsi dengan baik, ketika media tersebut disingkap atau diungkapkan secara mendalam dan apa adanya karena media memiliki peran aktif dalam memberikan informasi perusahaan, baik berupa informasi keuangan maupun informasi lain yang berhubungan dengan kegiatan operasional perusahaan (Sarra & Alamsyah, 2020).

Menurut (Alfariz & Widiastuti, 2021), *Media Exposure* adalah media yang menyiarkan aktivitas perusahaan yang menyangkut kepedulian sosial dan lingkungan. Hal tersebut merupakan subjek sensitif yang mengharuskan perusahaan untuk ekstra hati-hati. Hal ini dikarenakan persepsi publik terhadap apapun yang dilakukan oleh perusahaan mempengaruhi reputasi perusahaan.

Akibatnya, kepedulian perusahaan terhadap permasalahan sosial dan lingkungan sangat penting bagi keberhasilan perusahaan.

Menurut (Septianingsih & Muslih, 2019), *Media Exposure* merupakan kejadian atau kegiatan perusahaan yang berdampak pada sosial dan lingkungan yang diliput oleh media atau dipublikasikan oleh media. Pemberitaan media dapat berupa berita baik dan juga berita buruk. Keberadaan pengungkapan media mengenai lingkungan merupakan atribut eksternal perusahaan yang dapat mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap komitmen perusahaan mengenai lingkungan sekitarnya.

Menurut (Alfariz & Widiastuti, 2021), *Media Exposure is defined as reports by mass media that highlight companies. With companies being highlighted by the media, companies will be more careful in making decisions.* *Media Exposure* didefinisikan sebagai laporan oleh media massa yang menonjolkan perusahaan. Dengan disorotnya perusahaan oleh media, maka perusahaan akan lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan.

Dari uraian definisi diatas dapat disimpulkan bahwa *Media Exposure* adalah sarana publikasi dan penyaluran pesan ataupun informasi mengenai aktivitas perusahaan yang menyangkut masalah sosial dan lingkungan melalui berbagai media seperti *website*, media sosial, dan portal berita online untuk mempertahankan kepercayaan publik terhadap komitmen perusahaan pada aspek kepedulian sosial dan lingkungan.

2.1.5.2. Manfaat *Media Exposure*

Salah satu fungsi media adalah menyampaikan informasi kepada masyarakat terkait berbagai hal. Perusahaan menggunakan media guna mempublikasikan dan mensosialisasikan berbagai aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan, sehingga mendapatkan citra yang baik di masyarakat. Media tidak hanya memainkan peran pasif namun lebih aktif dalam membingkai informasi perusahaan menjadi lebih bernilai (Widiastuti *et al.*, 2018). Dalam hal ini perusahaan mempunyai kewajiban moral untuk mengungkapkan aktivitasnya tidak hanya terbatas pada aspek keuangan tetapi juga aspek sosial dan lingkungan.

Melalui media, publik dapat mengetahui segala isu-isu yang menjadi perbincangan (Alfariz & Widiastuti, 2021). Hal tersebut dapat menggiring opini masyarakat pada kepedulian semua pihak terhadap lingkungan, termasuk perusahaan. Peran media massa dalam lingkungan perusahaan sangat penting dalam rangka membentuk opini masyarakat terhadap suatu aktivitas perusahaan (Septianingsih & Muslih, 2019). Pemberitaan media dapat mempengaruhi sifat publik yang kemudian berlanjut mempengaruhi keputusan para pemangku kepentingan terkait pengungkapan tanggungjawab sosial atau *Corporate Social Responsibility Disclosure* sebagai bentuk respon perusahaan atas kepeduliannya terhadap lingkungan.

2.1.5.3. Pengukuran *Media Exposure*

Perusahaan senantiasa memperhatikan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai bentuk jaminan dan usaha perusahaan untuk mendapatkan

legitimasi dari *stakeholder*-nya (Yuliskayani & Damayanthi, 2018). Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh (Sparta & Rheadanti, 2019), dalam penelitian ini mengukur *Media Exposure* melalui website perusahaan dengan variabel *dummy*, yaitu dengan memberikan nilai 1 untuk perusahaan yang mengungkapkan kegiatan CSR di media *website* dan 0 untuk perusahaan yang tidak mengungkapkan kegiatan CSR di media *website*.

2.1.6 Agresivitas Pajak

2.1.6.1. Pengertian Agresivitas Pajak

Pada penelitian (Jananti & Setiawan, 2018) dinyatakan bahwa Agresivitas Pajak merupakan semua upaya yang dilakukan oleh pihak manajemen untuk meminimalisir atau menekan beban pajak dari yang seharusnya dibayar oleh perusahaan. Tindakan agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan bukan hanya bersumber dari ketidaktaatan perusahaan dengan undang-undang perpajakan, namun tindakan tersebut dapat pula bertujuan untuk melakukan penghematan dengan memanfaatkan undang-undang sehingga sering kali agresivitas pajak disebut dengan *tax sheltering* atau *tax avoidance*.

Menurut (Alkausar *et al.*, 2020) dalam penelitiannya, Agresivitas Pajak merupakan suatu perencanaan untuk meminimalkan angka pajak yang menjadi kewajiban perusahaan sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan. Hal ini dikarenakan tujuan utama perusahaan adalah mencari keuntungan sebanyak-banyaknya. Akibatnya, perusahaan cenderung mencoba menurunkan angka pajak dengan memotong biaya untuk meningkatkan pendapatan.

Menurut (Mashuri & Ermaya, 2020) *tax aggressiveness is an engineering of the tax burden that is pressed as low as possible by utilizing existing regulations but is different from the goals of lawmakers, by trying to maximize after-tax income because tax is an element of reduced earnings available, both to be distributed to shareholders and to be reinvested.* Agresivitas Pajak adalah suatu rekayasa beban pajak yang ditekan seminimal mungkin dengan memanfaatkan peraturan yang ada namun berbeda dengan tujuan pembuat undang-undang, dengan berusaha memaksimalkan pendapatan setelah pajak karena pajak merupakan unsur berkurangnya pendapatan, baik untuk didistribusikan kepada pemegang saham dan untuk diinvestasikan kembali.

Menurut (Ramadhan & Amrin, 2019), Agresivitas Pajak merupakan keterlibatan perusahaan dalam segala macam perencanaan pajak sebagai upaya perusahaan untuk memperkecil/mengurangi kewajiban pajak yang telah ditentukan sehingga upaya dalam hal meminimalkan kewajiban pajak yang ditanggung perusahaan dilakukan agar perusahaan memperoleh keuntungan lebih besar.

Dari uraian definisi diatas dapat disimpulkan bahwa Agresivitas Pajak adalah upaya yang dilakukan oleh perusahaan melalui proses perencanaan dan rekayasa untuk meminimalkan kewajiban perpajakan yang harus dibayarkan dengan memanfaatkan peraturan yang ada walaupun melenceng dari tujuan pembuatan peraturan itu sendiri demi perolehan keuntungan yang lebih banyak.

2.1.6.2. Pengukuran Agresivitas Pajak

Dalam penelitian ini, agresivitas pajak diperhitungkan saat menentukan pengungkapan CSR. Inisiatif perusahaan untuk meningkatkan laba tahun berjalan termasuk di antara langkah-langkah tersebut. Ketika perusahaan memperoleh laba yang tinggi, Sebagian dana dapat dialihkan untuk mendanai inisiatif CSR. Pengungkapan CSR perusahaan akan meningkatkan kesadaran publik akan kepercayaan perusahaan mereka.

Berdasarkan uraian sebelumnya, untuk membuktikan kebenaran dari penelitian ini maka perlu dilakukan pengukuran. Pada penelitian ini yang digunakan untuk mengukur variabel Agresivitas Pajak adalah *Effective Tax Rate* (ETR). Proksi tersebut mendeskripsikan tingkat presentase total beban pajak penghasilan yang dibayarkan tiap usaha dari seluruh total laba sebelum pajak.

Menurut (Winda & Pancawati, 2018), Agresivitas Pajak dapat diketahui dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{ETR} = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

Rumus diatas menunjukkan bahwa semakin rendah nilai ETR yang diperoleh maka beban pajak penghasilan semakin rendah sedangkan laba sebelum pajak yang dimiliki perusahaan semakin meningkat.

2.2. Hubungan Antar Variabel

2.2.1. Hubungan antara *Green Accounting* dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Green Accounting merupakan biaya yang dicatatkan sebagai bentuk penerapan akuntansi untuk tujuan pelestarian lingkungan. Penerapan *Green Accounting* ini memberikan informasi seputar manajerial yang terdiri atas penggunaan biaya lingkungan secara rinci dan sesuai yang berarti bahwa suatu perusahaan telah mengelola aset secara efisien (Abdullah & Amiruddin, 2020). Perusahaan yang menjaga kinerja lingkungan akan memperhitungkan biaya lingkungan dan dampak yang ditimbulkan. Manajemen dalam menentukan biaya lingkungan perlu memperhatikan bahwa jumlah yang dikeluarkan telah sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

Penerapan dan pengungkapan CSR menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan. Pengungkapan CSR adalah pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan kepada publik. Dengan demikian, akuntansi hijau dapat digunakan untuk menunjukkan tanggung jawab lingkungan, memberikan keterbukaan informasi tentang kegiatan perusahaan, menumbuhkan citra yang baik, dan membantu perlindungan dan pelestarian lingkungan. Dimana pengungkapan aktivitas lingkungan perusahaan sebagai perwujudan *Corporate Social Responsibility* dapat dimasukkan dalam laporan keuangan, catatan atas laporan keuangan dan juga laporan non keuangan misalkan dalam bentuk laporan keberlanjutan atau *sustainability reporting*.

2.2.2. Hubungan antara *Media Exposure* dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Fungsi komunikasi merupakan topik yang sangat penting dalam pengelolaan informasi CSR. Komunikasi tentang tanggung jawab sosial melalui media meningkatkan citra perusahaan di masyarakat. Dalam praktiknya, hal ini merupakan bagian penting dalam membangun dan membentuk norma atau nilai yang diterima dalam masyarakat. Media berperan sebagai alat perusahaan untuk memotivasi manajemen, tanggung jawab sosial dan perusahaan yang ingin mendapatkan kepercayaan dan legitimasi dari komunitas sosialnya melalui kegiatan CSR.

Pada penelitian (Yuliskayani & Damayanthi, 2018) menyatakan bahwa media online (web) merupakan sumber daya yang kuat didukung oleh pengguna internet yang semakin meningkat jumlahnya. Dengan mengkomunikasikan tanggung jawab sosial perusahaan melalui media online, masyarakat dapat memperoleh informasi tentang kegiatan sosial perusahaan. Publikasi *Corporate Social Responsibility* melalui media online diharapkan dapat menarik perhatian publik terhadap kegiatan sosial perusahaan, sehingga diketahui bahwa perusahaan memiliki nilai dan standar yang sesuai dengan harapan masyarakat.

Penelitian yang dilakukan oleh (Yasin, 2020), (Sparta & Rheadanti, 2019), (Yuliskayani & Damayanthi, 2018), dan (Pangestika & Widiastuti, 2017) menunjukkan bahwa *Media Exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

2.2.3. Hubungan antara Agresivitas Pajak dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Agresivitas Pajak adalah tindakan merekayasa pendapatan kena pajak yang dirancang melalui tindakan perencanaan pajak (*tax planning*) baik menggunakan cara yang tergolong secara legal maupun illegal. (Widiastuti *et al.*, 2018) menyatakan bahwa pengungkapan CSR dilakukan perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat dimana perusahaan berada. Perusahaan yang telah mengungkapkan banyak informasi CSR dalam laporan tahunannya tersebut dapat melakukan tindakan agresivitas pajak yang bertujuan untuk meminimalkan beban pajak agar laba yang di peroleh perusahaan tetap tinggi walaupun sudah terbebani dengan melakukan kegiatan CSR. Dengan demikian dapat diajukan argumen bahwa semakin tinggi agresivitas pajak perusahaan maka semakin banyak pengungkapan CSR.

Sedangkan hubungan agresivitas pajak terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menurut (Handayani *et al.*, 2018) menyatakan bahwa perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas pajak yang tinggi cenderung mengungkapkan CSR lebih banyak, karena perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas pajak berusaha melakukan pengalihan perhatian dengan mengungkapkan CSR lebih luas untuk mendapat citra positif dari para *stakeholders* dan masyarakat.

Pendapat tersebut juga didukung oleh penelitian terdahulu oleh (Handayani *et al.*, 2018), (Jananti & Setiawan, 2018), dan (Mashuri & Ermaya,

2020) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh positif dari Agresivitas Pajak terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

2.2.4. Hubungan antara *Green Accounting*, *Media Exposure* dan Agresivitas Pajak dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Perusahaan perlu melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai salah satu pertanggungjawaban yang timbul akibat adanya aktivitas perusahaan yang dilakukan dalam usaha untuk memperoleh keuntungan. Hal tersebut diperlukan agar keberadaan perusahaan dapat menjadi manfaat masyarakat dan lingkungan sekitar. Perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap aktivitas - aktivitas perusahaan guna meminimalkan dampak negatif dari sisa produk yang dihasilkan, penanganan limbah maupun sampah dari produk yang sudah terpakai, seperti kemasan (Hadi, 2021).

Green Accounting merupakan biaya yang dicatatkan sebagai bentuk penerapan akuntansi untuk tujuan pelestarian lingkungan. Adanya pelaksanaan *Green Accounting* yang diungkapkan ke dalam pengungkapan CSR ini dapat digunakan sebagai sarana untuk memenuhi tanggung jawab sosial dan kepedulian lingkungan. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk memberikan keterbukaan informasi tentang kegiatan perusahaan, menumbuhkan citra yang baik, dan membantu perlindungan dan pelestarian lingkungan.

Media Exposure adalah aktivitas yang diekspresikan melalui berbagai media, seperti website, media sosial, dan portal berita online. *Media Exposure* mendorong perusahaan untuk lebih terbuka mengenai kebijakan tanggung jawab

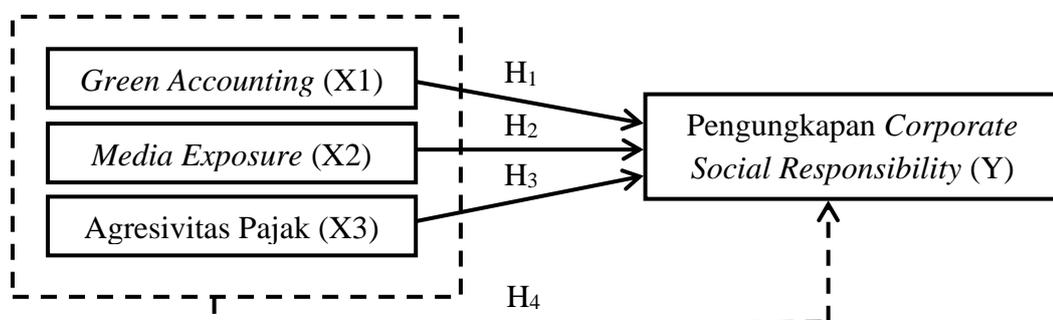
sosial perusahaan. Pengungkapan CSR oleh media dapat menentukan prinsip-prinsip yang mendukung keberlanjutan perusahaan. Akibatnya, kepercayaan publik dapat meningkat akibat publikasi media terhadap pengungkapan CSR.

Agresivitas Pajak adalah tindakan merekayasa pendapatan kena pajak yang dirancang melalui tindakan perencanaan pajak (*tax planning*) baik menggunakan cara yang tergolong secara legal maupun illegal. pengungkapan CSR dilakukan perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat dimana perusahaan berada. Perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas pajak yang tinggi cenderung mengungkapkan CSR lebih banyak, karena perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas pajak berusaha melakukan pengalihan perhatian dengan mengungkapkan CSR lebih luas untuk mendapat citra positif dari para *stakeholders* dan masyarakat.

2.3. Kerangka Pemikiran

Untuk lebih memudahkan dalam proses analisis permasalahan yang telah dikemukakan maka digunakan kerangka pemikiran sebagai berikut :

Gambar 2. 1
Kerangka Penelitian



Sumber : Konsep yang disesuaikan untuk penelitian (2023)

Keterangan :

—————→ : Pengaruh Parsial

- - - - - → : Pengaruh Simultan

2.4. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum ada jawaban empiris (Sugiyono, 2019).

Berdasarkan pernyataan diatas, maka hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H₁ : Diduga *Green Accounting* berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

H₂ : Diduga *Media Exposure* berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

H₃ : Diduga Agresivitas Pajak berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

H₄ : Diduga *Green Accounting*, *Media Exposure*, dan Agresivitas Pajak berpengaruh secara simultan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2.5. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini merupakan penelitian lanjutan dari penelitian sebelumnya yang dimaksudkan untuk menjadi acuan dan referensi bagi penulis. Berikut adalah beberapa acuan penelitian sejenis yang telah dilakukan peneliti terdahulu yaitu :

1. (Rahmawati & Rohman, 2019)

Pada penelitian (Rahmawati & Rohman, 2019), dengan judul “Pengaruh Agresivitas Pajak dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*” memiliki tujuan untuk menguji pengaruh agresivitas pajak dan profitabilitas perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2016. Metode penentuan sampel dalam penelitian ini adalah dengan Teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 79 perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi OLS (*Ordinary Least Square*). Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa Agresivitas Pajak dan Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan CSR.

2. (Mariani, 2017)

Pada penelitian berjudul “Pengaruh Penerapan *Green Accounting*, Kepemilikan Saham Publik, Publikasi CSR Terhadap Pengungkapan CSR dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel *Intervening*” yang dilakukan oleh Desy Mariani bertujuan untuk menguji pengaruh *Green Accounting*, Kepemilikan Saham Publik, dan Publikasi CSR terhadap Pengungkapan CSR. Populasi yang dalam

penelitian ini adalah perusahaan sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2011 – 2015. Metode penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 130 perusahaan. Teknik Analisa yang dilakukan adalah *path analysis* menggunakan program *eviews 9.5*. Berdasarkan pengolahan data dan analisis penelitian diperoleh hasil bahwa *Green Accounting* dan publikasi CSR tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, kepemilikan saham publik berpengaruh dan signifikan terhadap pengungkapan CSR, *Green Accounting*, kepemilikan saham publik, publikasi CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan, *Green Accounting*, kepemilikan saham publik, publikasi CSR bersama sama tidak mempengaruhi pengungkapan CSR melalui kinerja keuangan.

3. (Sparta & Rheadanti, 2019)

Pada penelitian (Sparta & Rheadanti, 2019), dengan judul “Pengaruh *Media Exposure* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Perusahaan Manufaktur Terdaftar di BEI” memiliki tujuan untuk menguji pengaruh *Media Exposure* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Populasi yang dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2013 – 2015. Metode penentuan sampel dalam penelitian ini adalah dengan Teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 93 perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, analisis regresi data panel, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa Variabel *Media Exposure* berpengaruh positif signifikan

terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*, Variabel ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*, Profitabilitas yang diukur dengan ROA berpengaruh positif signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*, *Leverage* tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

4. (Alfariz & Widiastuti, 2021)

Pada penelitian (Alfariz & Widiastuti, 2021), dengan judul “*The Influence of Media Exposure, Managerial Ownership, and the Indonesia Sustainability Reporting Award on Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure*” menggunakan populasi yaitu perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2017 – 2018. Metode penentuan sampel dalam penelitian ini adalah dengan Teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 46 perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa bahwa *Media Exposure* (positif) dan ISRA berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan *Media Exposure* (negatif) dan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

5. (Mashuri & Ermaya, 2020)

Pada penelitian (Mashuri & Ermaya, 2020), dengan judul “*The Effect of Tax Aggressiveness and Media Exposure on Corporate Social Responsibility Disclosure with Profitability as Moderated Variables*” memiliki tujuan untuk menguji pengaruh agresivitas pajak dan *Media Exposure* terhadap

pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan industri di sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2018. Dengan menggunakan metode *purposive sampling*, diperoleh 80 perusahaan sebagai sampel penelitian. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Agresivitas Pajak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR, *Media Exposure* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR dan Profitabilitas mampu memperkuat dan melemahkan agresivitas pajak dan *Media Exposure* dalam mempengaruhi *Corporate Social Responsibility*.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2019), metodologi penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan, pengetahuan tertentu sehingga pada akhirnya dapat digunakan untuk dipahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah dalam bidang bisnis.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang didasarkan pada prinsip positivism, digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu. Pada umumnya pengambilan sampel dilakukan secara acak dimana pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk dapat menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019).

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa penelitian kuantitatif merupakan suatu jenis penelitian yang dilakukan dengan cara menguji teori yang terdiri dari variabel - variabel yang kemudian diukur serta dianalisis menggunakan prosedur statistik yang sesuai dengan tujuan untuk menentukan hubungan antar variabel dan populasi.

3.2 Jenis Data

Jenis data yang dipakai dalam penelitian ini ialah data sekunder. Menurut (Sujarweni, 2015), data sekunder merupakan data yang tidak secara langsung dipoleh dari sumber pertama, data tersebut telah disusun dalam bentuk dokumen. Dalam penelitian ini, data sekunder yang digunakan berupa data dalam bentuk laporan tahunan (annual report) dan laporan keberlanjutan periode 2017 – 2022

yang diperoleh dengan mengakses laman web perusahaan masing-masing sebagai sumber pengambilan data.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data ialah suatu proses kegiatan yang terperinci dalam mengumpulkan data yang diperlukan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam rangka mencapai tujuan penelitian yaitu memperoleh data penelitian yang dibutuhkan. Adapun beberapa Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan sebuah metode yang menyediakan dokumen-dokumen dimana berisikan informasi, referensi ataupun intruksi yang dibutuhkan sebagai dasar pemikiran dalam penelitian. Metode dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data dengan cara menulis dan mengkaji dari data laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keberlanjutan (*sustainability report*) pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2022.

2. Studi Kepustakaan

Dalam metode studi kepustakaan, pengumpulan data dilakukan dengan cara membaca, memahami serta mengevaluasi informasi yang dapat diperoleh melalui penelitian sebelumnya, jurnal, buku, artikel ataupun sumber lainnya baik tertulis maupun elektronik yang berisi teori-teori yang relevan dengan variabel serta objek penelitian.

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan suatu elemen berupa objek ataupun subjek yang mempunyai karakteristik tertentu berkaitan dengan masalah penelitian, atau seperangkat entitas yang ada pada suatu ruang lingkup yang akan diteliti. Populasi dalam penelitian ini merupakan Perusahaan Sektor Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2022.

Tabel 3. 1
Daftar Perusahaan Sektor Pertambangan di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2022

No.	Nama Perusahaan	Kode Perusahaan
1	Adaro Energy Tbk	ADRO
2	Atlas Resources Tbk	ARII
3	Borneo Olah Sarana Sukses Tbk.	BOSS
4	Baramulti Suksessarana Tbk	BSSR
5	Bumi Resources Tbk	BUMI
6	Bayan Resources Tbk	BYAN
7	Darma Henwa Tbk	DEWA
8	Delta Dunia Makmur	DOID
9	Dian Swastatika Sentosa Tbk.	DSSA
10	Alfa Energi Investama Tbk	FIRE
11	Golden Energy Mines Tbk	GEMS
12	Garda Tujuh Buana Tbk.	GTBO
13	Harum Energy Tbk	HRUM
14	Indika Energy Tbk	INDY
15	Indo Tambangraya Megah Tbk	ITMG
16	Resource Alam Indonesia Tbk	KKGI
17	Mitrabara Adiperdana Tbk	MBAP
18	Samindo Resources Tbk	MYOH
19	Bukit Asam Tbk	PTBA
20	Petrosea Tbk	PTRO
21	Golden Eagle Energy Tbk	SMMT
22	SMR Utama Tb	SMRU
23	TBS Energi Utama	TOBA

No.	Nama Perusahaan	Kode Perusahaan
24	Trada Alam Minera Tbk	TRAM
25	Apexindo Pratama Duta Tbk	APEX
26	Ratu Prabu Energi Tbk.	ARTI
27	Astrindo Nusantara Infrastruktur Tbk.	BIPI
28	Elnusa Tbk	ELSA
29	Energi Mega Persada Tbk	ENRG
30	Medco Energi Internasional	MEDC
31	Mitra Investindo	MITI
32	Capitalinc Investment Tbk	MTFN
33	Perdana Karya Perkasa	PKPK
34	Radiant Utama Interinsco	RUIS
35	Super Energy	SURE
36	Ginting Jaya Energi Tbk	WOWS
37	Aneka Tambang Tbk.	ANTM
38	Bumi Resources Minerals Tbk	BRMS
39	Cita Mineral Investindo Tbk	CITA
40	Cakra Mineral Tbk	CKRA
41	Central Omega Resources Tbk	DKFT
42	Ifishdeco Tbk.	IFSH
43	Vale Indonesia Tbk	INCO
44	Merdeka Copper Gold Tbk	MDKA
45	J Resources Asia Pasifik Tbk.	PSAB
46	Timah Tbk	TINS
47	Kapuas Prima Coal Tbk	ZINC
48	Citatah Tbk	CTTH
49	PT Adaro Minerals Indonesia Tbk	ADMR
50	Prima Andalan Mandiri Tbk	MCOL
51	Surya Esa Perkasa Tbk	ESSA
52	PT Archi Indonesia Tbk	ARCI
53	PT Gunung Raja Paksi Tbk	GGRP
54	RMK Energy Tbk	RMKE
55	PT PAM Mineral Tbk	NICL
56	PT Sigma Energy Compressindo Tbk	SICO

Sumber: www.idnfinancials.com

3.4.2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2017), sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik populasi penelitian. Teknik sampling yang dipakai dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik sampling dengan cara melakukan pertimbangan karakteristik tertentu terhadap populasi yang ada dan menarik sampel yang diperlukan dalam penelitian.

Adapun kriteria dari sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut pada tahun 2017 – 2022;
2. Perusahaan sektor pertambangan yang memperoleh peringkat PROPER dari Kementerian Lingkungan Hidup pada periode tahun 2017-2022;
3. Perusahaan sektor pertambangan yang memiliki laba positif pada tahun 2017 – 2022.

Tabel 3. 2
Kriteria Pengambilan Sampel

No.	Keterangan	Jumlah
Populasi : Perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI periode tahun 2017 – 2022.		56
Dikurangi :		
1	Perusahaan yang tidak terdaftar di BEI secara berturut-turut dari tahun 2017-2022	(6)
2	Perusahaan sektor pertambangan yang tidak memperoleh peringkat PROPER dari Kementerian Lingkungan Hidup pada periode tahun 2017-2022	(42)
3	Perusahaan sektor pertambangan tidak memiliki laba positif pada tahun 2017 – 2022	(3)
Jumlah Sampel Penelitian		5
Jumlah Sampel Observasi tahun 2017 - 2022		30

Sumber : Konsep yang disesuaikan untuk penelitian (2023)

Berdasarkan tabel diatas, proses pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*, perusahaan sampel yang terpilih memenuhi ketentuan kriteria pemilihan sampel di atas ialah perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017 – 2022. Berikut adalah daftar nama-nama perusahaan sektor pertambangan yang dijadikan sampel dalam penelitian.

Tabel 3. 3
Daftar Sampel Penelitian

No.	Nama Perusahaan	Kode Perusahaan
1	Adaro Energy Tbk	ADRO
2	Indo Tambangraya Megah Tbk	ITMG
3	Vale Indonesia Tbk	INCO
4	Aneka Tambang Tbk	ANTM
5	Bukit Asam Tbk	PTBA

Sumber : Konsep yang disesuaikan untuk penelitian (2023)

3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel secara khusus digunakan untuk mengidentifikasi tentang bagaimana suatu variabel diukur dalam suatu penelitian. Dengan operasionalisasi variabel ini, dapat memberikan kemudahan dalam penelitian untuk menentukan jenis, indikator serta skala pengukuran hubungan antar variabel yang terkait. Variabel terikat (Y) diartikan sebagai variabel yang dapat dipengaruhi atau terpengaruhi oleh variabel bebas. Sedangkan variabel bebas (X) diartikan sebagai variabel yang mempengaruhi variabel terikat (Y).

Dalam penelitian ini, variabel terikat yang digunakan adalah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan variabel bebas yang digunakan adalah *Green Accounting*, *Media Exposure* dan Agresivitas Pajak.

Definisi, indikator dan skala pengukuran dari masing-masing variabel tersebut akan dijelaskan pada tabel dibawah ini, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. 4
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Skala
	Indikator	
Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (Y)	<p>Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non keuangan yang meliputi manfaat sosial dan biaya sosial berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya (Yuliskayani & Damayanthi, 2018).</p> <p>Indikator : Pengukuran dilakukan dengan konsep GRI (<i>Global Report Inisiative</i>) yang diperoleh dari website www.globalreporting.org, dimana terdiri atas enam kategori sesuai dengan peraturan G4, yaitu ekonomi, lingkungan, keselamatan tenaga kerja, hak asasi manusia, keterlibatan masyarakat, dan tanggung jawab produk .</p> $CSR = \frac{\text{Jumlah Item CSR yang Diungkapkan}}{\text{Indikator Pengungkapan CSR Versi GRI G4}}$ <p>(Yasin, 2020)</p>	Rasio
<i>Green Accounting</i> (X ₁)	<p><i>Green Accounting</i> adalah aktivitas mengumpulkan, menganalisa, dan menyajikan laporan terhubung lingkungan dan data finansial dengan tujuan untuk mengurangi efek dan beban dari pencemaran lingkungan (Maflikha & Kodir, 2022).</p> <p>Indikator : Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh (Damayanti & Astuti, 2022), dalam penelitian ini akan mengukur variabel <i>Green Accounting</i> dengan PROPER yang dikeluarkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, yaitu mencakup pemeringkatan perusahaan dalam lima (5) warna, yaitu: Emas (5 poin), Hijau (4 poin), Biru (3 poin), Merah (2 poin), dan Hitam (1 poin).</p>	Nominal

Variabel	Definisi Operasional	Skala
	Indikator	
Media Exposure (X ₂)	<p><i>Media Exposure</i> adalah media yang menyiarkan aktivitas perusahaan yang menyangkut kepedulian sosial dan lingkungan (Alfariz & Widiastuti, 2021). Dengan mengkomunikasikan tanggung jawab sosial perusahaan melalui media online, masyarakat dapat memperoleh informasi tentang kegiatan sosial perusahaan.</p> <p>Indikator : Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh (Sparta & Rheadanti, 2019), dalam penelitian ini mengukur <i>Media Exposure</i> melalui website dengan variabel <i>dummy</i>, yaitu dengan memberikan nilai 1 untuk perusahaan yang mengungkapkan kegiatan CSR di media <i>website</i> dan 0 untuk perusahaan yang tidak mengungkapkan kegiatan CSR di media <i>website</i>.</p>	Dummy
Agresivitas Pajak (X ₃)	<p>Agresivitas Pajak adalah suatu perencanaan untuk meminimalkan angka pajak yang menjadi kewajiban perusahaan sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan (Alkausar <i>et al.</i>, 2020). Perusahaan yang memiliki agresivitas yang tinggi cenderung akan mengungkapkan informasi CSR lebih banyak, karena untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat.</p> <p>Indikator : Menurut (Winda & Pancawati, 2018) agresivitas pajak dapat diketahui dengan menggunakan rumus, sebagai berikut:</p> $ETR = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$	Rasio

Sumber : Konsep yang disesuaikan untuk penelitian (2023)

3.6 Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data merupakan langkah selanjutnya yang harus dilakukan setelah data berhasil dikumpulkan. Data-data yang siap diolah kemudian dihimpun dan diseleksi dengan ketat tentang kebenaran, ketepatan, dan

kesahihannya sehingga sesuai dengan kebutuhan penelitian. Pada umumnya data dikonversi menjadi dalam bentuk yang dibutuhkan dalam penelitian. Selanjutnya data diurutkan berdasarkan variabel dan urutan yang dibutuhkan dalam penelitian.

Alat yang digunakan untuk melakukan pengolahan data dalam penelitian ini adalah aplikasi *Microsoft Excel*. Dalam penelitian ini data diolah dengan cara melakukan perhitungan nilai untuk setiap variabel sesuai indikator penilaian dan ditabulasikan ke dalam *Microsoft Excel*.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan sebuah cara yang digunakan untuk menganalisis atau mengolah data penelitian yang sudah diperoleh. Tujuan dari analisis ini ialah agar dapat menghasilkan sebuah informasi yang lebih jelas dan dapat dipahami serta memberi kesimpulan atas penelitian yang dilakukan. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan sebuah program SPSS Versi 25 dengan analisis regresi linier berganda.

Dalam penelitian ini data dianalisis dan diuji menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis.

3.7.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik perlu dilakukan untuk memastikan kelayakan penggunaan model regresi linier agar variabel independen yang ada dapat dipastikan valid, tidak bias, konsisten, dan penafsiran regresinya efisien (Ghozali, 2016). Pengujian pada uji asumsi klasik terdiri dari 4 pengujian yaitu sebagai berikut :

3.7.1.1 Uji Normalitas

Menurut (Sujarweni, 2015), uji normalitas dilakukan dengan tujuan menguji distribusi model regresi variabel bebas dan variabel terikat apakah terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Beberapa metode uji normalitas :

1. Uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* digunakan untuk mengetahui distribusi data, apakah mengikuti distribusi *normal poisson, uniform, atau exponential*. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah distribusi normal atau tidak ditunjukkan oleh nilai signifikansi lebih dari 0,05 yang berarti residual berdistribusi normal.
2. Metode grafik *normal P-Plots* dengan metode grafik yaitu dengan melihat sebaran data pada sumbu diagonal pada grafik *normal P-Plot of regressionstandardizes residual*. Sebagai dasar pengambilan keputusannya, jika titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut berdistribusi normal.

3.7.1.2 Uji Multikolinieritas

Menurut (Ghozali, 2016), uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji regresi apakah ditemukannya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel bebas. Model regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan

oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$). Pengujian multikolenieritas dapat dilakukan sebagai berikut :

- a. Nilai *tolerance* $< 0,10$ atau $VIF > 10$ = terjadi multikolinieritas
- b. Nilai *tolerance* $> 0,10$ atau $VIF < 10$ = tidak terjadi multikolinieritas

3.7.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual antara satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas.

Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas (Ghozali, 2016). Pengujian heterokedastisitas dilakukan dengan menggunakan grafik *scatterplot* yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai produksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID).

Deteksi ada tidaknya heterokedastisitas adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu, jika tidak ada pola tertentu serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas. Begitu sebaliknya, jika ada pola tertentu serta titik-titik tidak menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka terjadi heterokedastisitas.

Hasil grafik *scatterplot* dapat ditunjang dengan uji glejser. Uji *Glejser* digunakan untuk meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel bebas (Ghozali, 2016). Kriteria dalam mengambil keputusan adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak yang berarti terdapat masalah pada heteroskedastisitas.
2. Jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima yang berarti tidak ada masalah pada heteroskedastisitas.

3.7.1.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antar kesalahan pengganggu (residual) pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka terdapat permasalahan pada autokorelasi. Autokorelasi muncul ketika observasi dilakukan sepanjang waktu berurutan dan berhubungan satu sama lain.

Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Untuk menguji autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Durbin-Watson* (*DW test*). Uji *Durbin-Watson* hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel *lag* diantara variabel bebas (Ghozali, 2016). Kriteria dalam mengambil keputusan ada atau tidaknya autokorelasi dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 3. 5
Kriteria Pengambilan Keputusan Uji *Durbin-Watson*

Hipotesis Nol (H_0)	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	H_0 ditolak	$0 < d < d_L$
Tidak ada autokorelasi positif	Tidak ada keputusan	$d_L \leq d \leq d_U$
Tidak ada autokorelasi negative	H_0 ditolak	$4 - d_L < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negative	Tidak ada keputusan	$4 - d_U \leq d \leq 4 - d_L$
Tidak ada autokorelasi positif atau negatif	H_0 tidak ditolak atau diterima	$d_u < d < 4 - d_u$

Keterangan :

d : *durbin-watson* (DW)

d_U : *durbin-watson upper* (batas atas DW)

d_L : *durbin-watson lower* (batas bawah DW)

3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan suatu teknik statistika yang digunakan untuk mencari persamaan regresi yang bermanfaat untuk meramal nilai variabel dependen berdasarkan nilai-nilai variabel independen dan mencari kemungkinan kesalahan data menganalisa hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen baik secara simultan maupun parsial (Ghozali, 2016). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji apakah variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen secara simultan maupun parsial. Analisis regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

α = Konstanta

β_1 s/d β_3 = Koefisien regresi dari variabel x

X1 = *Green Accounting*

X2 = *Media Exposure*

X3 = Agresivitas Pajak

e = Faktor lain diluar model (residu)

3.7.3 Uji Hipotesis

Pengujian uji hipotesis ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang digunakan dapat mempengaruhi variabel dependen. Untuk menguji hipotesis yang telah dibuat, dilakukan serangkaian pengujian hipotesis, sebagaimana diuraikan pada bagian berikut ini.

3.7.3.1 Uji Parsial (Uji T)

Menurut (Priyatno, 2017), uji parsial atau biasa dikenal dengan sebutan uji t adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah variabel - variabel bebas secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel terikat. Uji dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} atau melihat kolom signifikansi pada masing-masing t_{hitung} . Derajat signifikansi yang digunakan dalam uji parsial adalah 0,05.

Menurut (Priyatno, 2017), untuk menentukan nilai t_{tabel} pada uji t dapat dilihat pada tabel signifikansi 0,05 dengan derajat kebebasan $df = n-k-1$. Uji t dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ dan nilai sig. $< 0,05$ dapat disimpulkan H_a diterima dan H_0 ditolak.
2. Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ dan nilai sig. $> 0,05$ dapat disimpulka H_a ditolak dan H_0 diterima.

3.7.3.2 Uji Simultan (Uji F)

Menurut (Priyatno, 2017), uji simultan atau biasa dikenal dengan uji f adalah uji yang dilakukan untuk menguji signifikansi pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Untuk dapat menentukan nilai f_{tabel} pada uji f dapat dilihat pada tabel statistik dengan tingkat 0,05 dengan $df_1(k-1)$ dan $df_2(n-k-1)$. Uji f dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$ dan sig. $< 0,05$ dapat disimpulkan H_a diterima dan H_0 ditolak.
2. Jika $f_{\text{hitung}} \leq f_{\text{tabel}}$ dan sig. $> 0,05$ dapat disimpulkan H_a ditolak dan H_0 diterima.

3.7.3.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Ghozali, 2016), uji koefisien determinasi atau uji R^2 merupakan uji yang dilakukan untuk mengukur sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi variabel dependen secara parsial maupun simultan. Nilai

koefisien determinasi ini adalah antara nol sampai dengan satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil memiliki makna bahwa kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas. Sebaliknya apabila nilai R^2 hampir mendekati satu, bermakna bahwa variabel bebas menunjukkan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memperkirakan variasi variabel terikat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. W., & Amiruddin, H. (2020). Efek Green Accounting Terhadap Material Flow Cost Accounting Dalam Meningkatkan Keberlangsungan Perusahaan. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 4(2), 166–186. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2020.v4.i2.4145>
- Alfariz, R., & Widiastuti, H. (2021). The Influence of Media Exposure, Managerial Ownership, and the Indonesia Sustainability Reporting Award on Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure. *Proceedings of the 4th International Conference on Sustainable Innovation 2020-Accounting and Management (ICoSIAMS 2020)*, 176(ICoSIAMS 2020), 259–266. <https://doi.org/10.2991/aer.k.210121.036>
- Alkausar, B., Lasmana, M. S., & Soemarsono, P. N. (2020). Tax Aggressiveness: A Meta Analysis in Agency Theory Perspective. *TIJAB (The International Journal of Applied Business)*, 4(1), 52. <https://doi.org/10.20473/tijab.v4.i1.2020.52-62>
- Amaliyah, E. R., & Puspawati, D. (2022). *Penerapan Green Accounting Terhadap Kinerja Lingkungan (Studi Kasus Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Dan Energi Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2020)*. 13. <http://eprints.ums.ac.id/100307/>
- Asmeri, R., Alvionita, T., & Gunardi, A. (2017). CSR Disclosures in the Mining Industry: Empirical Evidence from Listed Mining Firms in Indonesia. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 1(1), 16. <https://doi.org/10.28992/ijSAM.v1i1.23>
- Azzahra, D. S., Pratama, B. C., Fakhruddin, I., & Mudjiyanti, R. (2021). Pengaruh Penerapan Green Accounting, Karakteristik Komite Audit, Diversitas Kebangsaan Direksi dan Gender Direksi Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility di Perbankan. *Akutansi Dan Pajak*.
- Candradewi, N. M. S., & Yasa, G. W. (2018). Pengaruh SBI, Kurs Rupiah, STI, SET, dan KLSE pada Indeks Harga Saham Gabungan. *E-Jurnal Akuntansi*, 23(3), 2359–2390.
- Damayanti, A., & Astuti, S. B. (2022). PENGARUH GREEN ACCOUNTING TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan dan Industri Kimia yang terdaftar di BEI periode 2017-2020). *Relevan*, 2(2), 116–125.
- Dianawati, W. (2018). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Sertifikasi Lingkungan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 20(2), 226–241. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2016.v20.i2.78>

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program (IBM SPSS)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2020). *25 GRAND THEORY*. Yoga Pratama.
- Hadi, Y. M. (2021). *Aspek Hukum Pelaksanaan Csr Bagi Perusahaan Di Indonesia*. 15. <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/8503/>
- Handayani, H., Soerono, A. N., & Ramdhani, D. (2018). Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Corporate Social Responsibility Dengan Variabel Kontrol Return on Asset Dan Leverage. *Tirtayasa Ekonomika*, 13(1), 162. <https://doi.org/10.35448/jte.v13i1.4236>
- Jananti, N. W. R., & Setiawan, E. (2018). Pengaruh Agresivitas Pajak Pada Corporate Social Responsibility dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 24, 170. <https://doi.org/10.24843/eja.2018.v24.i01.p07>
- Liliyah, A. (2020). Raih Green Concern Company Award 2020, Vale Indonesia Berbagi Strategi Hijau. *SWA*. <https://swa.co.id/business-champions/companies/green-companies/raih-green-concern-company-award-2020-vale-indonesia-berbagi-strategi-hijau>
- Maflikha, R., & Kodir, M. (2022). *Jurnal E-Bis: Ekonomi-Bisnis Pengaruh Green Accounting Pada Value Perusahaan dengan Variabel Moderating Corporate Social Responsibility*. 6(2), 662–679.
- 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*, 6(2), 141–160.
- Mashuri, A. A. S., & Ermaya, H. N. L. (2020). *The Effect of Tax Aggressiveness and Media Exposure on Corporate Social Responsibility Disclosure with Profitability as Moderated Variables*. 124(47), 16–28. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200305.047>
- Mustofa, U. A., Edy, R. N. A. P., Kurniawan, M., & Kholid, M. F. N. (2020). Green Accounting Terhadap CSR pada Bus di Indonesia dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 508. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1372>
- Pangestika, S., & Widiastuti, H. (2017). Pengaruh Media Exposure dan Kepemilikan Asing Terhadap Corporate Social Responsibility Expenditure dan Corporate Social Responsibility Disclosure (Studi Empiris pada Seluruh Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016). *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 1(1), 78–89. <https://doi.org/10.18196/rab.010108>
- Priyatno, D. (2017). *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*. Penerbit

Andi.

- Rahayu, M. P., & Darmawan, J. (2017). Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap Corporate Social Responsibility. *Prosiding SEMNAS IIB DARMAJAYA*, 01(02), 541–558.
- Rahmadhani, I. W., Suhartini, D., & Widoretno, A. A. (2021). Pengaruh Green Accounting Dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Pengungkapan CSR Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2019. *Akuntansi Dan Keuangan*, 4(1), 132–146.
- Rahmawati, A. P., & Rohman, A. (2019). Pengaruh Agresivitas Pajak Dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 10(2), 295–307. <https://jamal.ub.ac.id/index.php/jamal/article/view/1131>
- Ramadhan, A., & Amrin, A. (2019). Profitabilitas, Agresivitas Pajak Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *Economos : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 45. <https://doi.org/10.31850/economos.v2i2.521>
- Sarra, H. D., & Alamsyah, S. (2020). Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Kinerja Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR. *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin*, 2, 410–417.
- Septianingsih, L. R., & Muslih, M. (2019). Board Size, Ownership Diffusion, Gender Diversity, Media Exposure, dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Kasus pada Perusahaan Indeks SRI-KEHATI yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017). *Jurnal Akuntansi Maranatha*, 11(2), 218–229. <https://doi.org/10.28932/jam.v11i2.1995>
- Sisdianto, E., & Fitri, A. (2020). Pengaruh Firm growth and firm value on corporate social responsibility in Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 01(01), 9–24.
- 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>
- Sri Ardani, N. K., & Mahyuni, L. P. (2020). Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Manfaatnya Bagi Perusahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(1), 12. <https://doi.org/10.38043/jmb.v17i1.2339>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Penerbit Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Statistik Untuk Bisnis & Ekonomi*. Pustaka Baru PRESS.

- Suwiknyo, E. (2021). "Mayoritas Perusahaan Tambang Belum Transparan Soal Pajak." *Bisnis.Com*.
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20210802/259/1424816/mayoritas-perusahaan-tambang-belum-transparan-soal-pajak>
- Wanqi, L., Alicia, L. Y. L., Thuy, N. T., Haiyi, P., Angelica, S. R. X., Desmond, T. W. L., Teoh, S., & Aaron, Y. S. T. (2020). Corporate Sustainability Reporting in ASEAN Countries. *Centre of Governance and Sustainability, December*, 1–52. <https://bschool.nus.edu.sg/cgs/wp-content/uploads/sites/7/2021/07/ACN-CGS-Corporate-Sustainability-Reporting-in-ASEAN-Countries-Report-2020.pdf>
- Widiastuti, H., Utami, E. R., & Handoko, R. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, Growth, Dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2015). *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 3(2), 107–117. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v3i2.6745>
- Widyowati, A., & Damayanti, E. (2022). Dampak Penerapan Faktor Green Accounting Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Peserta Proper Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Krisnadwipayana*, 9(1), 559–571. <https://doi.org/10.35137/jabk.v9i1.639>
- Wijaya, S. G. S., & Hadiprajitno, P. T. B. (2017). Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan Non-keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2013-2016). *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(4), 1–15.
- Winda, P. A. ., & Pancawati, H. (2018). Pengaruh Agresivitas Pajak Dan Media Eksplosure Terhadap Corporate Social Responsibility. *Dinamika Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 4(2), 136–151.
- Yasin, M. (2020). Pengaruh Manajemen Laba Dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei). *JEA17: Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 5(2), 61–76. <https://doi.org/10.30996/jea17.v5i2.4279>
- Yeasin, H. M. (2018). Green Accounting. *Green Accounting*, April. <https://doi.org/10.4324/9781315197715>
- Yuliskayani, L., & Damayanthi, I. G. A. E. (2018). Consumer Proximity, Media Exposure, Enviromental Sensitivity, dan Profitability dalam Memengaruhi CSRDDi Indonesia. *E-Jurnal Akuntansi*, 23, 1651. <https://doi.org/10.24843/eja.2018.v23.i03.p02>
- Zulhaimi, H. (2015). Pengaruh Penerapan Green Accounting Terhadap Kinerja

Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 603.
<https://doi.org/10.17509/jrak.v3i1.6607>

CURRICULUM VITAE



Nama : Fanny Oktavianka

Tempat/Tanggal Lahir : Tanjungpinang / 20 Oktober 2001

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Status : Belum Menikah

Nomor HP : 08994854731

Email : fannyoktaviankaaa@gmail.com

Alamat : Jl. Usman Harun Gg. Selangat No. 28

Nama Orang Tua : Bapak Hardani (Alm)
Ibu Siti Hajar

Riwayat Pendidikan : SD Negeri 003 Tanjungpinang Barat
SMP Negeri 8 Tanjungpinang
SMK Negeri 1 Tanjungpinang
STIE Pembangunan Tanjungpinang