

BAB II

LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Landasan Teori

2.1.1 Teori Legitimasi

Teori legitimasi pertama kali dicetuskan oleh John Downling & Jeffrey Pfeffer pada tahun 1975. Teori legitimasi menurutnya yaitu bagaimana entitas bisnis yang menjadi bagian dari sebuah sistem sosial harus dapat menyelaraskan aktivitasnya dengan nilai yang diterapkan di masyarakat demi keberlanjutan sebuah entitas. Teori legitimasi mendasari perusahaan dalam menjalankan CSR dan mempublikasikannya guna memperoleh persetujuan dan penerimaan dari masyarakat, hal ini dilakukan agar perusahaan dapat beroperasi dengan lancar dan memaksimalkan keuntungan dalam jangka panjang (Chairia *et al.*, 2022).

Legitimasi, menurut berbagai definisi, menjadi kunci keberlangsungan perusahaan. Teori legitimasi mampu menjelaskan secara menyeluruh pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Berlandaskan pada pengakuan teori tersebut bahwa setiap proses bisnis wajib terikat oleh kontrak sosial dan lingkungan, di mana perusahaan menyetujui untuk menjalankan aktivitas yang diinginkan secara sosial (Alfariz & Widiastuti, 2021). Perusahaan perlu memastikan bahwa operasionalnya mengikuti sesuai dengan norma dan nilai yang berlaku di lingkungan sekitar. Melalui pengungkapan tanggung jawab sosial dapat memperkuat legitimasi masyarakat sehingga keberlangsungan perusahaan tidak terganggu. Selain itu kegiatan

pengungkapan tanggung jawab sosial berupaya menyampaikan kesan kepedulian terhadap sekitar baik lingkungan ataupun masyarakat agar dapat diterima keberadaannya. Maka dari itu legitimasi dapat mendukung keberlanjutan hidup perusahaan.

2.1.2 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

a. Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) pertama kali dicetuskan oleh John Elkington di tahun 1997. CSR dimaknai sebagai komitmen perusahaan agar menerapkan praktik bisnis yang beretika dan berkelanjutan, demi meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan melestarikan sumber daya alam (Tanwar & Rao, 2023). Menurut Peraturan Menteri Sosial Republik Indonesia nomor 9 tahun 2020 tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen badan usaha untuk berperan serta dalam pembangunan sosial berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi badan usaha sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Selain itu Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 Pasal 1 ayat 3, mendefinisikan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) sebagai komitmen perseroan untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan. Hal ini dilakukan dengan meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan, demi manfaat yang optimal bagi perseroan, komunitas, dan masyarakat luas. Definisi lain dari CSR, seperti yang dikemukakan Bahari, (2022) menggaris bawahi peran CSR sebagai

bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan. Melalui CSR, perusahaan berusaha menjaga kelestarian hidup dan lingkungan, demi tercapainya pembangunan berkelanjutan.

CSR yang dilaksanakan dengan baik dan tepat akan memberikan manfaat positif bagi perusahaan dan *stakeholder*. Konsep CSR ini memberi jalan bagi setiap perusahaan untuk melibatkan dirinya dengan dimensi sosial dan memberikan perhatian terhadap dampak sosial yang timbul.

b. Prinsip – Prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Bahari, (2022) menjabarkan 3 prinsip utama tanggung jawab sosial perusahaan:

- 1) Keberlanjutan (*Sustainability*): Perusahaan harus mempertimbangkan dampak aktivitasnya terhadap kelestarian sumber daya alam untuk generasi mendatang. Penggunaan sumber daya saat ini harus memperhitungkan kebutuhan generasi masa depan.
- 2) Akuntabilitas (*Accountability*): Perusahaan wajib terbuka dan bertanggung jawab atas semua aktivitasnya. Akuntabilitas penting ketika aktivitas perusahaan berdampak pada lingkungan eksternal. Hal ini dapat membantu membangun citra dan jaringan dengan para pemangku kepentingan.
- 3) Transparansi (*Transparency*): Merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparansi berkaitan dengan pelaporan aktivitas perusahaan. Transparansi

sangat penting untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, dan meningkatkan akuntabilitas atas dampak lingkungan.

c. Tujuan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Melalui penerapan CSR, perusahaan didorong untuk memikul tanggung jawab sosial dan ekonomi terhadap pemilik dan investor. Hal ini menjadikan CSR sebagai salah satu strategi berkelanjutan bagi perusahaan. Implementasi CSR bertujuan untuk:

- 1) Membangun citra perusahaan yang bertanggung jawab dan berintegritas.
- 2) Menjalankan bisnis secara legal dan patuh terhadap peraturan yang ditetapkan.
- 3) Menjalankan praktik bisnis yang bermoral, adil, dan berkelanjutan.
- 4) Memberikan kontribusi positif dan bermanfaat bagi masyarakat.

d. Aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Rochmaniah & Sinduwiatmo, (2020) ada beragam aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan sebagai dari komitmen CSR yang berdampak positif pada lingkungan dan masyarakat yaitu:

- 1) Pemberian sumbangan dan Donasi: Perusahaan memberikan dana atau barang kepada lembaga amal, yayasan, atau organisasi nirlaba untuk mendukung program sosial, pendidikan, atau kemanusiaan.

- 2) Program Pendidikan: Perusahaan memberikan beasiswa menyelenggarakan pelatihan, atau mendukung sekolah-sekolah dan universitas dalam upaya meningkatkan akses Pendidikan.
- 3) Program Lingkungan: Ini mencakup inisiatif untuk mengurangi dampak lingkungan perusahaan, seperti program penghijauan, pengelolaan sampah, dan pengurangan emisi karbon.
- 4) Program Kesehatan dan Kesejahteraan: Perusahaan dapat memberikan dukungan kepada fasilitas medis, mengadakan program kesehatan masyarakat, atau menyediakan layanan kesejahteraan bagi karyawannya.
- 5) Pengembangan Ekonomi Lokal: Ini melibatkan upaya untuk meningkatkan perekonomian di komunitas lokal melalui pelatihan, peluang kerja, dan bantuan kecil kepada usaha kecil dan menengah.
- 6) Program Keberlanjutan: Perusahaan dapat menerapkan praktik bisnis yang berkelanjutan, termasuk penggunaan sumber daya yang ramah lingkungan, energi terbarukan, dan pengurangan limbah.
- 7) Program Kepedulian Sosial: Terlibat dalam kegiatan sosial seperti program bantuan bencana, penyediaan makanan bagi kelompok yang membutuhkan, atau program kegiatan sosial lainnya.

e. Pengukuran *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Tingkat transparansi tanggung jawab sosial perusahaan diukur menggunakan indeks CSRDI (*Corporate social responsibility Disclosure Index*). Indeks ini

mengacu pada indikator GRI (*Global Reporting Initiatives*) yang tersedia di situs *website* www.globalreporting.org. Indikator GRI mencakup tiga fokus utama: ekonomi, lingkungan, dan sosial. Penggunaan indikator GRI sebagai dasar perhitungan didasari oleh statusnya sebagai standar internasional yang diakui dan diadopsi oleh perusahaan-perusahaan di seluruh dunia.

Standar GRI mengalami perkembangan dari waktu ke waktu, diawali dari standar pelaporan generasi pertama tahun 2000 sampai saat ini Standar GRI versi terbaru yaitu *GRI Standards* 2016 (Rahman & Masdupi, 2021) yang selanjutnya dirilis di Indonesia pada tahun 2017 dan mulai efektif berlaku pada tanggal 1 Juli 2018 (Riandy *et al.*, 2023). Pengukuran CSRDI menggunakan *content analysis*. *Content analysis* yaitu salah satu metode yang berfungsi mengubah struktur informasi kualitatif menjadi kuantitatif sehingga dapat diolah menggunakan uji statistik. Pendekatan dikotomi diterapkan, di mana setiap komponen CSR dalam instrumen penelitian diberi angka 1 jika diinformasikan dan 0 jika tidak. Skor total diperoleh dengan menjumlahkan nilai setiap item untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan CSRDI yaitu:

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Sumber: (Agnes, 2023; Al Fadli *et al.*, 2022)

Keterangan:

CSRDI_j = *Corporate social responsibility Index* Perusahaan j

n_j = Jumlah item untuk perusahaan j, n_j = 117 (Skor maksimal)

∑X_{ij} = Jumlah total pengungkapan CSR oleh perusahaan

2.1.3 *Green Accounting*

a. *Pengertian Green Accounting*

Green accounting diartikan sebagai model akuntansi yang mencakup biaya tidak langsung dan keuntungan dari kegiatan ekonomi, seperti dampak terhadap lingkungan dan konsekuensi medis dari keputusan rencana bisnis (Tanwar & Rao, 2023). Prof. Dr. Andreas Lako dalam bukunya mengemukakan bahwa *green accounting* merupakan sebuah pendekatan akuntansi yang memandang akuntansi tidak hanya sebagai pencatatan keuangan semata. Pendekatan ini mencakup pengakuan, pengukuran nilai, pencatatan, peringkasan, pelaporan, dan pengungkapan secara terintegrasi terhadap aspek keuangan, sosial, dan lingkungan dalam proses akuntansi. Hasilnya adalah informasi akuntansi yang menyeluruh, terpadu, dan relevan, yang bermanfaat bagi para penggunanya dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan ekonomi dan non-ekonomi. (Lako, 2018).

Menurut Riandy *et al.*, (2023) *Green accounting* adalah proses mengidentifikasi, mengukur, menilai, dan melaporkan dampak keuangan dari kegiatan dan inisiatif organisasi terhadap lingkungan. Akuntansi lingkungan, atau *green accounting*, berfungsi sebagai sarana komunikasi dengan masyarakat dan pemangku kepentingan mengenai biaya-biaya yang diakibatkan oleh tindakan bertanggung jawab perusahaan, yang mempunyai dampak ekonomi. Penerapan *green accounting* menyediakan data dan informasi yang dapat digunakan sebagai bahan tinjauan manajemen keuangan dalam pengambilan keputusan untuk menentukan besarnya

biaya tanggung jawab sosial dan lingkungan yang harus dikeluarkan pada periode berikutnya. Selain itu, informasi yang disajikan dalam laporan keuangan dengan menggunakan *green accounting* dapat digunakan sebagai bahan penilaian pemangku kepentingan (Riandy *et al.*, 2023). Penilaian kemajuan perusahaan tak boleh hanya berdasarkan keuntungan finansial, tapi juga mempertimbangkan beban lingkungan yang dihasilkan dari aktivitasnya (Dhar *et al.*, 2022).

Dari uraian diatas, *green accounting* adalah perhatian perusahaan terhadap aspek lingkungan dan sosialnya, ini artinya, *green accounting* adalah aspek yang menyediakan informasi dalam manajemen lingkungan dan sosial untuk mendukung manajemen dalam menentukan biaya, sebagai dampak dari aktivitas perusahaan yang berdampak pada lingkungan dan juga sebagai usaha perusahaan dalam meraih pembangunan yang berkelanjutan.

b. Tujuan *Green Accounting*

Akuntansi hijau bertujuan untuk melestarikan lingkungan dengan mendorong organisasi untuk secara sukarela mematuhi peraturan pemerintah saat menjalankan bisnis mereka (Riandy *et al.*, 2023). Dengan menerapkan akuntansi hijau, perusahaan dapat: Membuat strategi pengelolaan lingkungan yang efektif, meningkatkan citra perusahaan dimata publik, investor maupun konsumen, meningkatkan peluang pendanaan karna *green accounting* membantu perusahaan dalam menarik investor, mendapatkan keunggulan kompetitif dan mencegah opini negatif publik akibat karna

perusahaan yang tidak ramah lingkungan berisiko mendapat kecaman dari masyarakat.

c. Pengukuran *Green Accounting*

Kinerja perusahaan dalam menjaga kelestarian lingkungan dapat dinilai melalui Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER). PROPER merupakan program yang menilai komitmen perusahaan dalam mengendalikan pencemaran dan kerusakan lingkungan, serta pengelolaan limbah berbahaya. PROPER juga menjadi wujud transparansi dan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan lingkungan di Indonesia. Program ini diatur dalam Peraturan Menteri Lingkungan Hidup (KLH) nomor 6 tahun 2013.

Peraturan Menteri tersebut menjabarkan dua indikator utama yang digunakan untuk menilai kinerja perusahaan dalam program PROPER:

1. Kriteria ketaatan: kriteria ini hanya menjawab pertanyaan sederhana saja. Apakah perusahaan sudah taat terhadap peraturan pengelolaan lingkungan hidup. Persyaratan dokumen lingkungan dan pelaporan yang digunakan sebagai dasar penilaian yaitu:
 - a. Pengendalian Pencemaran Air
 - b. Pengendalian Pencemaran udara
 - c. Pengelolaan Limbah Bahan berbahaya dan beracun (B3)
 - d. Pengendalian pencemaran air laut
 - e. Potensi kerusakan lahan

2. Kriteria Penilaian aspek lebih dari yang dipersyaratkan (*Beyond Compliance*): kriteria ini bersifat dinamis karena disesuaikan dengan perkembangan teknologi, penerapan praktik-praktik pengelolaan lingkungan terbaik dan isu-isu lingkungan yang bersifat global. Aspek aspek yang dinilai dalam kriteria ini yaitu:

- a. Penerapan sistem manajemen lingkungan
- b. Upaya efisiensi energi
- c. Upaya penurunan emisi (emisi polutan maupun gas rumah kaca dan bahan perusak ozon)
- d. Implementasi Reduce, Reuse dan Recycle limbah padat non B3
- e. Konservasi air dan penurunan beban pencemaran air limbah
- f. Perlindungan Keanekaragaman Hayati
- g. Program pengembangan masyarakat

Penilaian untuk kinerja penanggung jawab usaha dan atau kegiatan diberikan dalam bentuk peringkat kinerja yang terdiri dari:

Tabel 2. 1
Peringkat PROPER

Peringkat	Keterangan	Skor
Emas	Konsisten telah menunjukkan keunggulan lingkungan dalam proses produksi dan jasa, serta melaksanakan bisnis yang beretika dalam bertanggung jawab terhadap masyarakat	5

Peringkat	Keterangan	Skor
Hijau	Melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan (<i>beyond Compliance</i>) melalui pelaksanaan sistem pengelolaan lingkungan dan memanfaatkan sumber daya secara efisien serta melaksanakan tanggung jawab sosial dengan baik.	4
Biru	Melakukan upaya pengelolaan lingkungan yang disyaratkan sesuai dengan ketentuan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.	3
Merah	Melakukan upaya pengelolaan lingkungan tetapi belum sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam perundang-undangan.	2
Hitam	Sengaja melakukan perbuatan atau melakukan kelalaian sehingga mengakibatkan terjadinya pencemaran atau kerusakan lingkungan, serta melakukan pelanggaran peraturan perundang -undang yang berlaku dan atau tidak melaksanakan sanksi administrasi.	1

Sumber: <https://proper.menlhk.go.id>

2.1.4 Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial didefinisikan sebagai proporsi saham yang dimiliki oleh manajer tingkat atas, seperti direktur, komisaris, dan sejenisnya (Alfariz & Widiastuti, 2021). Definisi lain menurut (Rahman & Masdupi, 2021) kepemilikan manajerial merupakan suatu keadaan yang menunjukkan bahwa manajer mempunyai saham didalam perusahaan atau pengawas juga merupakan pemegang saham perusahaan tersebut.

Kepemilikan manajerial yang lebih tinggi dapat menyebabkan keselarasan yang lebih besar antara kepentingan manajer dan pemegang saham, dalam hal ini para manajer menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan berkualitas tinggi untuk meningkatkan citra dan reputasi perusahaan. Di sisi lain, dengan meningkatkan kepemilikan, manajer dapat menerapkan kegiatan tanggung jawab perusahaan yang tidak relevan untuk meningkatkan reputasi atau status sosial dan mendapat keuntungan pribadi (Cho & Ryu, 2022).

Kepemilikan saham yang dimiliki oleh manajemen dibandingkan dengan total saham yang beredar dimanfaatkan sebagai perhitungan atas variabel kepemilikan manajerial disebut perusahaan, Rumus Kepemilikan Manajerial yaitu:

$$KM = \frac{\text{Total saham yang dimiliki oleh manajemen}}{\text{Jumlah saham perusahaan yang dikelola}} \times 100\%$$

Sumber: Alfariz & Widiastuti, 2021

2.1.5 *Media Exposure*

Media exposure merupakan alat yang strategis bagi organisasi untuk memperkuat citra publik, meningkatkan kepercayaan, dan mencapai tujuan CSR mereka. Dengan memanfaatkan media secara efektif, organisasi dapat membangun hubungan yang positif dengan pemangku kepentingan dan mendapatkan dukungan yang lebih luas untuk keberhasilan mereka (Dunn & Grimes, 2022). *Media exposure* adalah langkah yang dijalankan oleh perusahaan untuk mengungkapkan informasi terbaru berkaitan tentang aktivitas atau kinerja perusahaan kepada publik atau masyarakat

dengan maksud tertentu. Di Pasar modal, media menjadi semakin penting sebagai entitas pemantau pihak ketiga. Sebagai mediator informasi, media berperan dalam penyampaian informasi secara langsung berdampak pada pengungkapan informasi secara sukarela oleh perusahaan (Ananzeh *et al.*, 2023).

Sorotan media kepada perusahaan, menjadikan perusahaan lebih berhati – hati dalam mengambil keputusan. Semakin sering perusahaan diberitakan oleh media, maka masyarakat akan semakin sadar bahwa mereka menempatkan perusahaan sebagai objek perhatian publik yang pada akhirnya berujung pengawasan publik. Pemberitaan mengenai suatu perusahaan dapat menjadi mekanisme pengawasan dan memberikan tekanan psikologis kepada perusahaan agar lebih peduli dan berhati hati dalam menjalankan aktivitasnya. Dengan demikian, perusahaan akan terpacu untuk terus menjaga aktivitas bisnis, operasional, sosial dan penilaian pasar agar teteap positif. Oleh karena itu pemberitaan media menjadi kontrol sosial bagi perusahaan untuk terus mengungkapkan CSR dengan baik (Alfariz & Widiastuti, 2021).

Pengungkapan secara umum termasuk CSR, pada saat ini dengan adanya perkembangan teknologi informasi dan meluasnya penetrasi internet dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat menyebabkan perusahaan mulai mengadopsi paradigma baru pengungkapan secara *online*. Situs *website* perusahaan masih dianggap sebagai salah satu cara populer untuk mengkomunikasikan CSR (Mazur-Wierzbicka, 2021). Akan tetapi media sosial saat ini mewakili tonggak sejarah berikutnya dalam pelaporan dan pengungkapan CSR. Salah satu platform yang memungkinkan berbagi informasi secara

cepat dan *real time* kepada khalayak luas dengan cara yang hemat biaya adalah media sosial (Amin *et al.*, 2021).

Media sosial instagram kini berperan sebagai penyebar informasi yang banyak digunakan oleh emiten maupun instansi pemerintah. Media sosial instagram dimanfaatkan untuk mengkomunikasikan CSR agar dapat berkomunikasi secara cepat, langsung, interaktif dengan para pengikutnya serta mampu meningkatkan reputasi positif karena respon masyarakat yang positif akan membantu dalam citra dan penilaian positif terhadap perusahaan (Apriliani & Nurjanah, 2023). Pengumpulan data pada variabel *media exposure* yang digunakan penulis yaitu *website* perusahaan atau media sosial instagram dengan pengukuran proksi menggunakan variabel *dummy*, yaitu dengan memberikan nilai 1 untuk perusahaan yang mengungkapkan kegiatan CSR di *website* perusahaan atau media sosial Instagram dan nilai 0 untuk perusahaan yang tidak mengungkapkan kegiatan CSR.

2.2. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 2

Penelitian Terdahulu

No.	Judul Peneliti, Tahun, & Nama Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	<i>Ownership structure and environmental, social and governance performance disclosure: the moderating role of the board independence.</i>	X1: <i>Foreign Ownership</i> X2: <i>State Ownership</i> X3: <i>Managerial Ownership</i> X4: <i>Family Ownership</i> X5: <i>Block Ownership</i> X6: <i>Firm size</i>	- <i>Managerial Ownership</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

No.	Judul Peneliti, Tahun, & Nama Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
	(Al Amosh & Khatib, 2021)	X7: <i>firm Age</i> Y: <i>CSR Disclosure</i>	
2	<i>Corporate social responsibility communication from multinational chocolate companies.</i> (Sparacino <i>et al.</i> , 2024)	X1: <i>Media communication strategy</i> Y: <i>CSR</i>	- <i>Media communication strategy berpengaruh terhadap CSR</i>
3	<i>E-communication and CSR - a new look at organizations' relations with stakeholders in the time of digitalization.</i> (Mazur-Wierzbicka, 2021)	X1: <i>Information and Communication Technology</i> X2: <i>Media social & platform digital</i> Y: <i>CSR</i>	- <i>Media social & platform digital berpengaruh terhadap CSR</i>
4	<i>Speed and symmetry: Developing effective organisational responses to social media criticism of CSR.</i> (Dunn & Grimes, 2022)	X1: <i>social media criticism</i> Y1: <i>CSR</i> Y2: <i>legitimacy</i>	- <i>Social media criticism berpengaruh terhadap CSR.</i>
5	<i>The Effect of Green accounting, Company Size, Profitability, Media Disclosure, and Board of Commissioners' Size on Corporate social responsibility Disclosure (Empirical Study on Manufacturing Companies Registered at</i>	X1: <i>Green accounting</i> X2: <i>Company Size</i> X3: <i>Profitability</i> X4: <i>Media Disclosure</i> X5: <i>Board of Commissioners Size</i> Y: <i>Corporate Sosial Responsibility (CSR) Disclosure</i>	- <i>Green accounting tidak berpengaruh terhadap CSR Disclosure</i> - <i>Media Disclosure berpengaruh terhadap CSR Disclosure.</i>

No.	Judul Peneliti, Tahun, & Nama Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
	<p><i>Indonesia Stock Exchange</i>).</p> <p>(Agnes, 2023)</p>		
6	<p><i>The Influence of media exposure, Managerial Ownership, and the Indonesia Sustainability Reporting Award on Corporate social responsibility (CSR) Disclosure.</i></p> <p>(Alfariz & Widiastuti, 2021)</p>	<p>X1: <i>Media exposure</i> X2: <i>Managerial Ownership</i> X3: <i>Indonesia Sustainability Reporting (ISR)</i> Y: <i>CSR Disclosure</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Media exposure Positif berpengaruh positif terhadap CSR Disclosure</i> - <i>Media exposure negatif tidak berpengaruh terhadap CSR Disclosure.</i> - <i>Managerial Ownership tidak berpengaruh terhadap CSR Disclosure</i>
7	<p><i>Ownership Structure and Corporate Social Responsibility Disclosure</i> (2021)</p> <p>(Rahman & Masdupi, 2021)</p>	<p>X1: <i>Institutional ownership</i> X2: <i>Managerial ownership</i> X3: <i>Foreign ownership</i> X4: <i>Company size,</i> X5: <i>profitability</i> Y: <i>CSR Disclosure</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Managerial ownership memiliki pengaruh signifikan terhadap CSR Disclosure.</i>
8	<p><i>The influence of ownership structure on the extent of CSR reporting: An emerging market study.</i></p> <p>(Al Fadli <i>et al.</i>, 2022)</p>	<p>X1: <i>Family ownership</i> X2: <i>Managerial Ownership</i> X3: <i>Institutional Ownership</i> X4: <i>Foreign Ownership</i> X5: <i>Government Ownership</i> Y: <i>CSR</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Managerial Ownership berpengaruh negatif terhadap CSR</i>
9	<p><i>Does media exposure moderate the relationship between ownership</i></p>	<p>X1: <i>Ownership structure</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Media exposure berpengaruh terhadap</i>

No.	Judul Peneliti, Tahun, & Nama Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
	<p><i>structure and environmental disclosure quality: evidence from Jordan</i></p> <p>(Ananzeh <i>et al.</i>, 2023)</p>	<p>X2: <i>Media exposure</i></p> <p>Y: <i>Environmental Disclosure</i></p>	<p><i>Environmental disclosure</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Ownership structure (Managerial Ownership) berdampak negatif terhadap Environmental disclosure.</i>
10	<p><i>The impact of ownership structure on corporate social responsibility: the moderating role of financial performance</i></p> <p>(Dakhli, 2021)</p>	<p>X1: <i>Managerial Ownership</i></p> <p>X2: <i>Institusional Ownership</i></p> <p>Y: <i>CSR</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Managerial Ownership tidak berpengaruh terhadap CSR</i>
11	<p><i>Impact of Social Responsibility Disclosure between Implementation of Environmental Accounting, Green HRM, Energy Efficiency, and Sustainable Development: A Study of Vietnam.</i></p> <p>(Duc Thuan <i>et al.</i>, 2024)</p>	<p>X1: <i>Environmental Accounting</i></p> <p>X2: <i>Green HRM</i></p> <p>X3: <i>Energy Efficiency</i></p> <p>Y: <i>Social Responsibility Disclosure</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Environmental Accounting berpengaruh terhadap Social Responsibility Disclosure</i> - <i>Green HRM berpengaruh terhadap Social Responsibility Disclosure</i>
12	<p><i>Environmental accounting and sustainable development in oil and gas industry in Nigeria.</i></p> <p>(Ashibogwu, 2023)</p>	<p>X1: <i>Environmental accounting</i></p> <p>Y: <i>Sustainable development</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Environmental accounting berpengaruh terhadap sustainable development</i>
13	<p><i>Impact of social responsibility disclosure on the integration of green accounting and corporate governance on highly polluted industries in india.</i></p> <p>(Tanwar & Rao, 2023)</p>	<p>X1: <i>Green accounting</i></p> <p>X2: <i>Corporate governance</i></p> <p>X3: <i>Firm Characteristics</i></p> <p>X4: <i>Financial Performance</i></p> <p>Y:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Green accounting, berpengaruh terhadap social responsibility disclosure</i>

No.	Judul Peneliti, Tahun, & Nama Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
		<i>Social responsibility disclosure</i>	
14	<i>The potential impact of managerial entrenchment on firms' corporate social responsibility activities and financial performance: evidence from Iran.</i> (Salehi <i>et al.</i> , 2021)	X1: <i>managerial entrenchment</i> Y1: <i>Corporate social responsibility</i> Y2: <i>financial performance</i>	- Adanya pengaruh antara <i>managerial entrenchment</i> dengan CSR
15	<i>Environmental Accounting and Corporate Sustainability: A Research Synthesis</i> (Ekundayo & Odhigu, 2021)	X1: <i>Enviromental Accounting</i> Y: <i>Corporate Sustainability</i>	- <i>Enviromental Accounting</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Corporate Sustainability</i>
16	<i>Corporate social responsibility disclosure before and during the Covid-19 pandemic</i> (Septyaweni, 2022)	X1: <i>Environmental Accounting</i> X2: <i>Tax</i> X3: <i>aggressivenessmedia exposure</i> Y: <i>Social Responsibility Disclosure</i>	- <i>Media exposure</i> tidak berpengaruh terhadap corporate social responsibility disclosure
17	<i>Impact of Managerial Ownership on Corporate social responsibility in Korea.</i> (Cho & Ryu, 2022)	X1: <i>Managerial Ownership</i> Y: <i>CSR</i>	- <i>Managerial Ownership</i> berpengaruh terhadap CSR

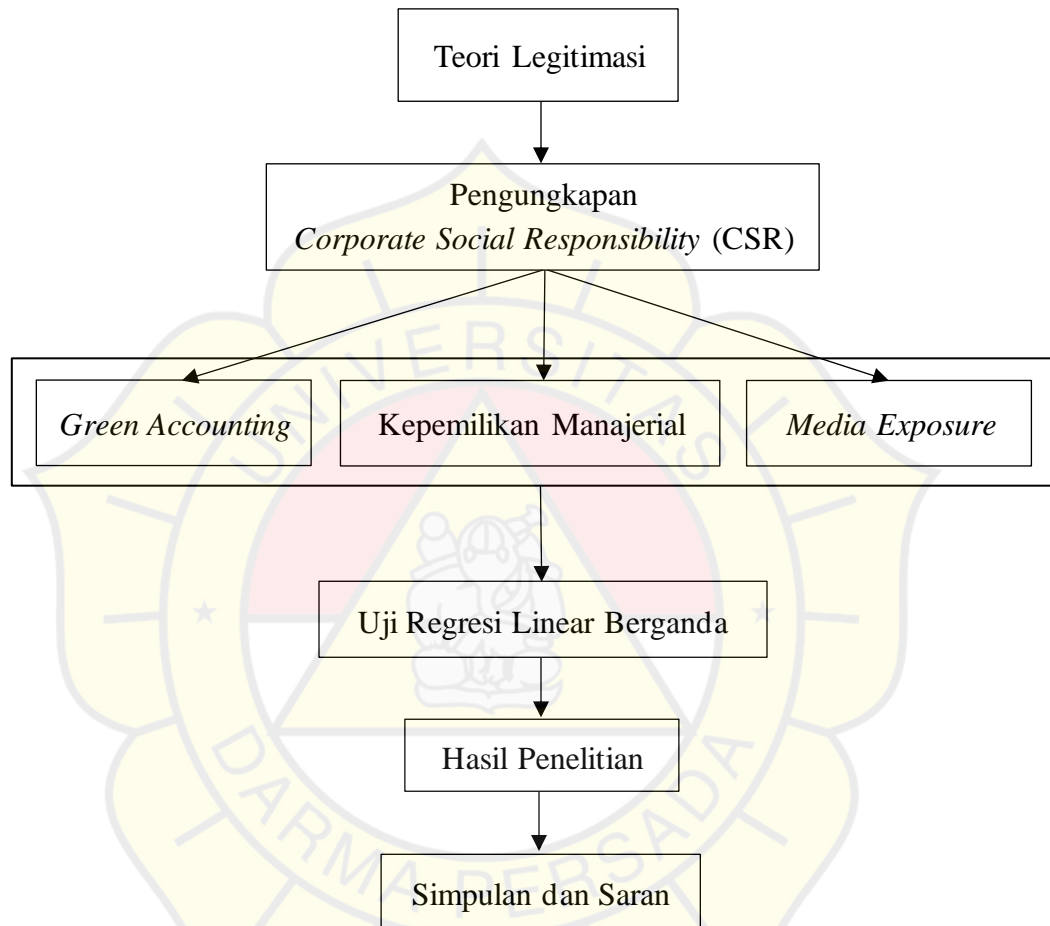
No.	Judul Peneliti, Tahun, & Nama Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
18	<i>Intellectual Capital: The Role of Green accounting on Corporate Social Responsibility.</i> (Riandy <i>et al.</i> , 2023)	X1: <i>Green accounting</i> Y: <i>Corporate social responsibility disclosure</i> Z: <i>Intellectual Capital</i>	- <i>Green accounting</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Corporate social responsibility disclosure</i>

Sumber: Penelitian terdahulu

2.3. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu, maka dibutuhkan suatu kerangka pemikiran yang dapat memenuhi landasan teoritis yang digunakan dalam penyusunan penelitian. Kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: *

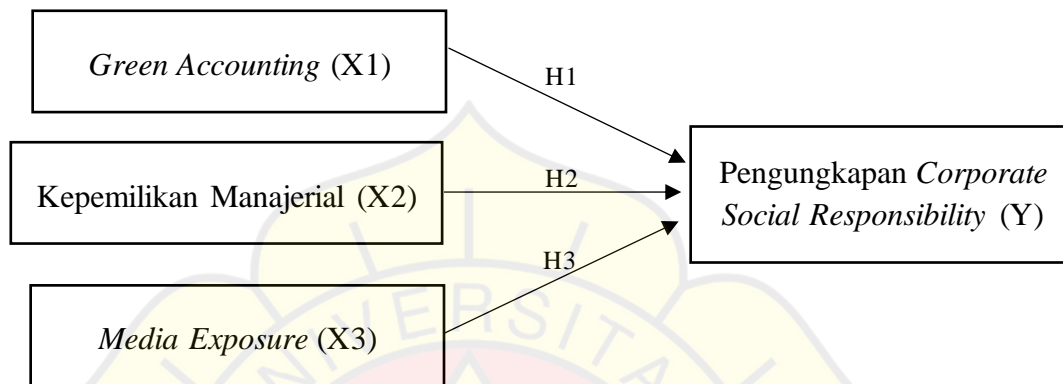
Gambar 2. 1
kerangka Pikir



Sumber: Diolah oleh Penulis, 2024

2.4. Kerangka Hubungan Variabel

Gambar 2. 2
Model Variabel



Sumber: data diolah oleh penulis (2024)

Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis linier berganda. Gambar 2.2 diatas menjelaskan mengenai hubungan antara variabel dimana terdapat 3 variabel independen yaitu *Green Accounting*, *Kepemilikan Manajerial*, dan *Media Exposure* sedangkan *Pengungkapan Corporate Sosial Responsibility* adalah variabel dependen.

2.5. Hipotesis Penelitian

2.5.1 Pengaruh *Green Accounting* terhadap Pengungkapan *CSR*

Dengan menerapkan *green accounting*, manajemen perusahaan dapat merasakan keterlibatan yang lebih besar dalam melindungi dan melestarikan lingkungan. Penerapan *green accounting* dalam akuntansi keuangan perusahaan merupakan salah satu upaya bagi perusahaan untuk bisa melakukan aktivitas yang sejalan dengan norma dan nilai yang berlaku ditengah masyarakat. Dengan melestarikan lingkungan,

perusahaan mendapatkan legitimasi masyarakat sekaligus mendorong pembangunan berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan adanya pengungkapan CSR yang artinya perusahaan berkomitmen kuat untuk memenuhi tanggung jawab sosial didalam perusahaan.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Ashibogwu, 2023; Duc Thuan *et al.*, 2024; Tanwar & Rao, 2023) yang menyatakan bahwa *green accounting* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility*. Maka dari itu dapat disimpulkan hipotesis penulis sebagai berikut:

H1: *Green Accounting* berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR

2.5.2 Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Pengungkapan CSR

Ketika sebagian besar saham perusahaan dimiliki oleh manajer dan atau direksi,kepentingan mereka sering kali mempengaruhi proses pengambilan keputusan manajerial, dengan memprioritaskan kebijakan yang lebih menguntungkan mereka. Manajer dapat mengurangi investasi dalam CSR, untuk kepentingan mereka sendiri. Hal ini juga didukung dengan hasil penelitian terdahulu dari (Al Amosh & Khatib, 2021; Al Fadli *et al.*, 2022; Alfariz & Widiastuti, 2021; Ananzeh *et al.*, 2023; Dakhli, 2021) yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility*. Maka dari itu hipotesis penulis sebagai berikut:

H2: Kepemilikan Manajerial tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR

2.5.3 Pengaruh *Media Exposure* terhadap Pengungkapan *CSR*

Pengungkapan *CSR* dipandang sebagai strategi untuk menjaga reputasi dan citra perusahaan untuk mengimbangi paparan media yang negatif. Dengan demikian, semakin banyak paparan negatif yang diterima suatu perusahaan, maka semakin besar pula pengungkapan *CSR*-nya untuk mendapatkan legitimasi masyarakat. Dengan adanya sorotan dari media, perusahaan akan lebih berhati-hati dalam mengambil keputusannya.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Agnes, 2023; Ananzeh *et al.*, 2023; Dunn & Grimes, 2022; Mazur-Wierzbicka, 2021; Sparacino *et al.*, 2024) yang menyatakan bahwasannya *media exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility*. Maka dari itu hipotesis penulis sebagai berikut:

H3: *Media Exposure* berpengaruh terhadap Pengungkapan *CSR*