

Pengaruh Kinerja Lingkungan, Citra Perusahaan dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan CSR

¹Hustna Dara Sarra, ²Sustari Alamsyah

¹Universitas Muhammadiyah Tangerang, Jl Perintis Kemerdekaan I/33 Cikokol-Tangerang, 55793251

¹Universitas Muhammadiyah Tangerang, Jl Perintis Kemerdekaan I/33 Cikokol Tangerang, 55793251
e-mail: doni.alamsyah06@gmail.com

Abstrak

CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sosial. Melalui program CSR diharapkan dapat menjadi media promosi untuk menjaga eksistensi perusahaan di masyarakat. Masalah muncul ketika orientasi bisnis perusahaan hanya berfokus pada laba, sehingga tanggung jawab sosial lingkungan perusahaan diabaikan. Hal ini akan berdampak pada lemahnya legitimasi masyarakat yang dapat berakibat pada terganggunya kegiatan operasional perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kinerja lingkungan, citra perusahaan dan ekspos media terhadap pengungkapan CSR. Sampel penelitian yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI 2015-2018 diambil berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja lingkungan dan citra perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, sedangkan eksposur media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Kata Kunci: Kinerja Lingkungan, Citra Perusahaan, Media Exposure dan Pengungkapan CSR

Abstract

CSR is a form of corporate responsibility towards the social environment. Through the CSR program, it is hoped that it can become a promotional medium to maintain the company's existence in society. The problem arises when the business orientation focuses only on profit, so that environmental social responsibility is neglected. This will have an impact on the weak legitimacy of the community which can result in disruption of company operations. This study aims to examine the influence of the environment, corporate image and media exposure on CSR disclosure. The research sample, namely manufacturing companies listed on the IDX 2015-2018 were taken based on predetermined criteria. Data analysis using multiple linear regression. The results showed that environmental performance and image had an effect on CSR disclosure, while media exposure had no effect on CSR disclosure.

Keywords: Environmental Performance, Corporate Image, Media Exposure and CSR Disclosure

PENDAHULUAN

Teori legitimasi pertama kali dikembangkan oleh Dowling dan Pfeffer (1975) yang beranggapan bahwa legitimasi adalah sumber daya yang berusaha diperoleh organisasi agar dapat menjamin aktivitas operasionalnya. Teori legitimasi menyatakan adanya penyamaan persepsi dan asumsi bahwa tindakan yang dilakukan entitas merupakan tindakan yang diinginkan, pantas, dan sesuai dengan norma, nilai, kepercayaan serta definisi yang dikembangkan secara social (Candra, 2009). Teori ini menekankan pada organisasi yang melakukan usaha harus memastikan bahwa aktivitas operasionalnya sesuai dengan batasan, norma, nilai dan etika yang berlaku di masyarakat (Deegan, 2009). Dengan teori ini, perusahaan diharuskan memiliki tanggung jawab social lingkungan agar legitimasinya terus diakui oleh masyarakat (Du & Vieira, 2012).

Salah satu cara memperoleh legitimasi masyarakat adalah melakukan tanggung jawab social lingkungan tempat perusahaan beroperasi (Saenz, 2019). Hal ini seharusnya dilakukan terutama bagi perusahaan-perusahaan yang memiliki dampak lingkungan dari

aktivitas yang dilakukan (Epstein & Buhavac, 2014). Akan tetapi jika dilihat dari pengungkapan yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa pengungkapan CSR yang dilaporkan masih sangat minim. Hal ini dibuktikan dengan adanya beberapa perusahaan belum sepenuhnya memperhatikan kondisi lingkungan dan sosial disekitar perusahaan yang terkena dampak negatif akibat kegiatan operasional perusahaan. Akibatnya terjadi kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh perusahaan, karena ini masyarakat mulai menyadari bahwa tanggung jawab sosial perusahaan atau yang biasa disebut dengan *Corporate Social Responsibility* harus mendapatkan perhatian yang lebih. Saat ini sudah banyak perusahaan yang mengklaim bahwa perusahaannya telah melakukan kegiatan CSR, namun berdasarkan data yang diolah oleh penulis dapat dilihat bahwa masih rendahnya perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial bahkan belum menyentuh angka 50 (lima puluh) persen (data diolah dari laporan tahunan perusahaan manufaktur tahun 2015-2018).

Sifat pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan di Indonesia dibagi dua yaitu bersifat *mandatory* (wajib) dan *voluntary* (sukarela). Kenapa *mandatory* dikarenakan adanya pengaturan dari pemerintah yang mendorong perusahaan untuk wajib melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Salah satu badan yang mengembangkan standar pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan diantaranya adalah *The United Nations Global Impact, Social Accountability 8000*, dan *The Global Reporting Initiative*. Kenapa bersifat *voluntary* dikarenakan belum terdapat standar baku yang menetapkan pengungkapan informasi lingkungan yang dikeluarkan oleh pemerintah. Hal ini menjadikan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dibuat oleh perusahaan dari segi format, isi dan luasnya pengungkapan bervariasi dan masih bersifat *voluter* (Aulia, 2015).

Motivasi dari penelitian ini yaitu: 1) Pentingnya bagi perusahaan memperoleh legitimasi dari masyarakat dalam menunjang kelancaran aktivitasnya, sehingga mengharuskan perusahaan untuk peduli terhadap kondisi lingkungan dan social ekonomi masyarakat sekitar. 2) Masih banyaknya perusahaan yang belum mengungkapkan program CSR; 3) Banyaknya perusahaan yang menganggap bahwa program CSR merupakan beban bagi perusahaan yang harus dihindari; 4) Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi perusahaan melakukan pengungkapan CSR, baik yang bersifat internal maupun yang bersifat eksternal (Maharesti, 2018). Bersifat internal diantaranya kesadaran perusahaan, kondisi keuangan, kinerja, citra perusahaan dan lain-lain. Sedangkan bersifat eksternal dapat dari adanya tekanan publik, regulasi, kondisi lingkungan dan sosial masyarakat. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan oleh penelitian terdahulu namun masih mendapatkan hasil yang kontradiktif (research gap), diantaranya: Permana (2012); Karina dan Yuyetti (2013); Lyon & Shimshack (2015), Aulia (2015); Agustami dan Hidayat (2017); Kesuma (2017); Dita (2018); maharesti (2018); Marulloh (2018); Nurlaila, Bukit dan Fachruddin (2018); Pakphan & Rajagukguk (2018); Prasiska (2017); Widiastuti, Utami, dan Handoko (2018). 5) Mencoba membuktikan apakah pengungkapan CSR dipengaruhi oleh Kinerja Lingkungan, Citra Perusahaan dan Media Eksposur.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Legitimasi

Teori legitimasi beranggapan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat sekitar (Fatoni dkk, 2016). Menurut teori ini, perusahaan berusaha untuk menyesuaikan keadaan dengan peraturan, norma dan etika yang berlaku dimasyarakat agar dapat diterima di lingkungan eksternal. Teori legitimasi menyatakan bahwa organisasi hanya bisa bertahan jika masyarakat merasa bahwa organisasi telah beroperasi berdasarkan sistem nilai yang diterapkan oleh masyarakat (Sari, 2013). Legitimasi organisasi bisa dilihat sebagai sesuatu yang diberikan oleh masyarakat kepada perusahaan atau sesuatu yang diinginkan perusahaan dari masyarakat. Dengan teori legitimasi, akan memberikan landasan bahwa perusahaan telah mematuhi peraturan yang berlaku di lingkungan masyarakat berkaitan dengan kegiatan operasioanl yang dilaksanakan. Sehingga bisa berjalan dengan baik tanpa adanya konflik dimasyarakat atau dilingkungan tempat beroperasi. Oleh karenanya, perusahaan perlu mengembangkan kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR), dengan harapan akan memberikan kontribusi positif bagi masyarakat sekitar, sehingga masyarakat sekitar tempat beroperasi bisa menerima keberadaan perusahaan dengan baik dan tidak mempermasalahkan keberadaan perusahaan.

Perumusan Hipotesis

Kinerja Lingkungan terhadap Pengungkapan CSR.

Kinerja lingkungan dipengaruhi oleh seberapa besar motivasi perusahaan untuk melakukan pengelolaan lingkungan sehingga akan berdampak pada pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan. Semakin baik kinerja lingkungan perusahaan dan memberikan kontribusi positif terhadap lingkungannya maka semakin besar pula pengungkapan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan. Teori stakeholder menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan menggunakan laporan tahunan mereka untuk menggambarkan kesan tanggung jawab lingkungan, sehingga mereka diterima oleh masyarakat (Ramadhan, 2017). Nurlaila et al. (2017) dan Ramadhan (2017) menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan penelitian tersebut maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H₁: Kineja Lingkungan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR.

Citra Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR.

Citra perusahaan yang baik akan sangat menguntungkan bagi perusahaan terutama terhadap masyarakat dan stakeholder. Pada umumnya yang menjadi tujuan suatu perusahaan didirikan adalah memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dan meningkatkan citra perusahaan yang akan menjamin pertumbuhan perusahaan secara berkelanjutan (*sustainability*) bila perusahaan memberi perhatian pada aspek ekonomi, sosial dan lingkungan sekitar. Masyarakat juga sudah pintar dalam menilai bagaimana kontribusi suatu perusahaan terhadap kepentingan masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Selama ini, CSR di identikkan dengan seberapa besar uang yang dikeluarkan oleh perusahaan (Prasiska & Dkk, 2017). Berdasarkan uraian diatas hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H₂: Citra Perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR.

Media Exposure terhadap Pengungkapan CSR.

Aulia (2015) menyatakan media menjadi alat publikasi dan sosialisasi yang digunakan oleh perusahaan untuk dapat membangun kepercayaan (image) publik tentang aktivitas-aktivitas sosial yang dijalankan perusahaan. Dengan kata lain media merupakan alat yang dapat menggiring opini publik ke arah positif atau negatif tergantung dengan apa yang media sampaikan. Liputan media merupakan sarana dimana masyarakat dapat mendapatkan suatu informasi mengenai peristiwa yang terjadi saat ini secara tepat waktu. Masyarakat adalah stakeholder yang memiliki *power* dalam menekan perusahaan untuk melakukan pengungkapan terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dilakukan perusahaan. Melalui media, masyarakat dapat mengawasi aktivitas yang dilakukan suatu perusahaan apakah perusahaan melakukan aktivitas tanggung jawab lingkungan dan sosial sebagai kontribusi perusahaan untuk melestarikan lingkungan atau tidak. Berdasarkan uraian diatas hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

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

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini bersifat kuantitatif asosiatif dengan tipe hubungan antar variabel bersifat kausalitas. Sampel yang digunakan yaitu diambil dari populasi dengan kriteria: 1. Perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode pengamatan tahun 2015-2018; 2. Menerbitkan laporan keuangan yang telah diaudit; 3. Menggunakan mata uang rupiah; 4. Melampirkan informasi CSR; 4. Mendapatkan predikat PROPER dari KLHI; 5. Mendapatkan penghargaan (*awards*). Berdasarkan kriteria tersebut, didapatkan sampel sebanyak 16 perusahaan, sehingga jumlah observasinya yaitu (16 x 4) = 64.

Definisi Operasional Variabel

Variabel dependen yang digunakan yaitu pengungkapan CSR. Sedangkan kinerja lingkungan, citra perusahaan dan media eksposur sebagai variabel independen serta profil perusahaan sebagai variabel moderasi. Adapun operasionalisasi variabel dalam penelitian ini yaitu:

Tabel 1. Definisi Operasional dan Variabel

No	Variabel	Definisi	Proksi/Rumus	Skala
1.	Pengungkapan CSR (Nurjanah, 2015)	Proses mengkomunikasikan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan maupun masyarakat secara keseluruhan	$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$ (GRI 4) 1 = Disclosure 0 = Non-disclosure	Rasio
2.	Kinerja Lingkungan (Nurjanah, 2015)	Keseluruhan pencapaian perusahaan dalam mengelola permasalahan yang berkaitan dengan lingkungan yang timbul dari dampak pelaksanaan kegiatan operasional perusahaan dan menciptakan lingkungan yang	Menggunakan Penilaian PROPER dari Kementerian Lingkungan Hidup dengan Skor : Emas (5), Hijau (4), Biru (3), Merah (2) dan Hitam (1).	Nominal

3.	Citra Perusahaan (Panjaitan, 2015)	baik serta dapat diukur dari sistem manajemen lingkungan. Jefkins (1995:19) dalam Panjaitan (2015) mendefinisikan citra adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan hanya citra pada produk dan pelayanannya, citra adalah tujuan utama sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai dalam dunia <i>Public Relations</i> .	$CP_j = \frac{\sum X_j}{N_j}$	Ket: CP _j = Citra perusahaan $\sum X_j$ = Jumlah penghargaan entitas j N _j = Jumlah penghargaan terbanyak entitas sampel	Nominal
4.	Media Eksposur Pratiwi & Chariri, 2013); (Aulia & Agustina, 2015)	Sarana dalam menyalurkan informasi, baik yang bersifat cetak maupun yang bersifat elektronik tentang peristiwa yang terjadi saat ini secara tepat waktu.	Jumlah total pengungkapan di media selama periode pengamatan	Nominal	

Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisis data yang digunakan yaitu:

2. Uji Asumsi Klasik, terdiri dari (Ghozali, 2016):
 - a. Uji Normalitas, menggunakan Kolmogorov-Smirnov
 - b. Uji Multikolinearitas, menggunakan nilai VIP dan Tolerance
 - c. Uji Heteroskedastisitas, menggunakan uji gletjer
 - d. Uji Auto Korelasi, menggunakan Durbin-Watson
3. Uji Koefisien Determinasi
4. Analisis Regresi Linier Berganda dengan variabel moderasi, dengan persamaan:

$$CSR_D = \alpha + \beta_1 KL + \beta_2 CP + \beta_3 ME + \epsilon$$

Ket: CSR = Pengungkapan CSR; α = Nilai Konstanta; β = Koefisien regresi; KL = kinerja lingkungan; CP = citra perusahaan; ME = media exposure.

5. Uji Hipotesis
 - a. Uji F Simultan
 - b. Uji t parsial

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Asumsi Klasik

Hasil pengujian asumsi klasik didapatkan bahwa data penelitian terdistribusi secara normal (Nilai KS > 0,05), bebas dari multikolinearitas (tolerance > 0.1 dan VIF < 10). Untuk uji heteroskedastisitas dengan uji gletjer didapatkan nilai sig > 0.05 dan uji autokorelasi nilai DW diantara dl dan 4-du.

Uji Koefisien Determinasi

Nilai *adjusted R-squared* dari model persamaan regresi yang terpilih adalah sebesar 0,655. Hal ini berarti bahwa kekuatan variabel independen dalam prediksi variabel dependen adalah sebesar 65,5%, termasuk kategori berpengaruh sedang. Sedangkan sisanya sebesar 34,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Uji Hipotesis

Uji F Simultan

Dari tabel ANOVA atau F test didapat nilai F hitung 4.913 dengan probabilitas 0.012. Karena probabilitas jauh lebih kecil 0.05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel Kinerja Lingkungan, Citra Perusahaan, dan *Media Exposure* secara simultan berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR.

Uji t Parsial

Tabel 2. Hasil Uji t Parsial
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	-.106	.099			-1.068	.290
KL	.054	.026	.263		2.046	.045
CP	.019	.078	.017		3.115	.009
ME	.026	.035	.099		.745	.459

a. Dependent Variable: CSRD

Variabel KL memiliki nilai sig sebesar $0,045 < 0,05$ dan nilai koefisiennya positif. Hal ini berarti secara parsial variabel KL berpengaruh positif terhadap CSRD atau **menerima H₁**. Variabel CP memiliki nilai sig sebesar $0,009 < 0,05$ dan nilai koefisiennya positif. Hal ini berarti secara parsial variabel CP berpengaruh positif terhadap CSRD atau **menerima H₂**. Variabel ME memiliki nilai sig sebesar $0,459 > 0,05$. Hal ini berarti secara parsial variabel ME tidak berpengaruh terhadap CSRD atau **menolak H₃**.

Persamaan Regresi : $CSRD = -0.106 + 0.054KL + 0.019CP + 0.026ME + \varepsilon$

Interpretasi Hasil

Kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

Kinerja lingkungan merupakan tingkat kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar, terutama lingkungan sumber daya alam dimana perusahaan itu beroperasi. Kinerja lingkungan dinilai dengan peringkat PROPER yang diberikan secara langsung oleh kementerian lingkungan hidup. Dengan penilaian PROPER yang baik, mengindikasikan tingginya kinerja lingkungan, hal ini akan berimplikasi bahwa tingginya tingkat kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar. Dengan kinerja lingkungan yang tinggi dan penilaian perusahaan yang baik, maka akan mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa kinerja lingkungan akan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan dengan harapan bahwa pengungkapan CSR yang baik mengindikasikan tingkat kepedulian perusahaan yang tinggi, terutama untuk lingkungan sosial ekonomi dimana perusahaan beroperasi.

Citra Perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR

Citra perusahaan merupakan nama baik yang melekat pada perusahaan itu sendiri berdasarkan penilaian masyarakat. Dengan citra perusahaan yang baik, menandakan

bahwa legitimasi masyarakat kepada perusahaan sangat tinggi, hal ini akan berimplikasi pada perusahaan untuk terus menjaga citra tersebut agar selalu baik dipenilaian masyarakat. Citra perusahaan yang tinggi akan berimplikasi pada perusahaan untuk terus melakukan CSR dan mengungkapkannya dengan harapan agar legitimasi dari masyarakat terus meningkat yang pada akhirnya akan membantu untuk mencapai tujuan perusahaan. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi citra perusahaan, maka semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan.

Media Exposure tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

Hal ini dimungkinkan karena pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan merupakan kewajiban bagi perusahaan. Dengan kesadaran yang tinggi bagi perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR, maka akan menjaga legitimasi perusahaan di masyarakat. Perusahaan yang memiliki kesadaran yang tinggi akan secara sukarela mengungkapkan CSR meskipun diliput atau tidak diliput oleh media. Sehingga peliputan media tidak mempengaruhi perusahaan dalam mengungkapkan CSR.

SIMPULAN DAN SARAN

Secara simultan, variabel kinerja lingkungan, citra perusahaan dan media exposer berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Secara parsial, kinerja lingkungan dan citra perusahaan berpengaruh positif, sedangkan media eksposer tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

DAFTAR PUSTAKA

- Agustami, S., & Hidayat, S. (2017). Pengaruh Profitabilitas Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3(3), 753. <https://doi.org/10.17509/jrak.v3i3.6618>
- Aulia, F. Z. (2015). Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Kinerja Lingkungan, dan Liputan Media terhadap Environmental Disclosure (Universitas Negeri Semarang; Vol. 3). <https://doi.org/ISSN 2252-6765>
- Daniel, N. U. (2013). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Likuiditas Terhadap Luas Pengungkapan Laporan Keuangan*. 24.
- Dita, A. N. H. (2018). Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure (Vol. 15). <https://doi.org/10.22201/fq.18708404e.2004.3.66178>
- Ghozali, I., & Chariri, A. (2014). *Teori Akuntansi* (4th ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hasan, S., & Andriany, D. (2018). *Pengantar CSR*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Lyon, T. P., & Shimshack, J. P. (2015). Environmental Disclosure: Evidence From Newsweek's Green Companies Rankings. In *Business and Society* (Vol. 54). <https://doi.org/10.1177/0007650312439701>
- Nurjanah, N. (2015). *Kinerja Lingkungan, Leverage, Profil dan Pertumbuhan Perusahaan: Pengaruhnya Terhadap CSR Disclosure*.
- Nurlaila, Lubis, A. F., Bukit, R., & Fachruddin, K. A. (2017). *The influence of stakeholder pressure and environmental performance on corporate social and environmental disclosure and its*

- implication on the value of the firm : (The study on mining companies listed at Indonesia stock exchange in 2011-2015). International Journal of Economic Research, 14(15), 353–369.*
- Panjaitan, J. (2015). *Citra Perusahaan Di Mata Masyarakat (Studi Deskriptif Kuantitatif Pengukuran Citra PT Pertamina EP Field Pangkalan Susu Kelurahan Beras Basah Kecamatan Pangkalan Susu)*. 1–10.
- Prasiska, Y. V., & Dkk, D. (2017). CSR dan Citra Perusahaan. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi, 24(1), 43–49.*
- Prasiska, Y. V., Pertiwi, B., & Nabila, Y. R. (2017). *CSR dan Citra Perusahaan (Survei Pada Warga Sekitar PT Pandatex)*. 339–344.
- Sarumpaet, S. (2006). The Relationship Between Environmental Performance And Financial Performance of Indonesian Companies. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, 7(2), 89–98*. <https://doi.org/10.9744/JAK.7.2.PP.89-98>
- Sembiring, E. R. (2005). *Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta*. 69–85.
- Sudjana, N. L. A. S., & Sudana, I. P. (2017). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan CSR Dengan Profile Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi*. 19, 2468–2495.
- Du, S., Vieira, E.T. Striving for Legitimacy Through Corporate Social Responsibility: Insights from Oil Companies. *J Bus Ethics 110*, 413–427 (2012).
<https://doi.org/10.1007/s10551-012-1490-4>
- Senz, Cesar. 2019. *Building legitimacy and trust between a mining company and a community to earn social license to operate: A Peruvian case study*. Journal of Corporate Social Responsibility And Environmental Management. Willey Online Library.
- 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(25), 107–117.*

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Ristekdikti melalui BRIN yang telah mendanai penelitian ini dan juga kepada LP3M UMT yang telah membantu memfasilitasi kegiatan penelitian ini.