

PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DITINJAU DARI *GREEN ACCOUNTING* DAN KARAKTERISTIK PERUSAHAAN

Kharisma Fadlilah¹, Ina Mutmainah²
UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan^{1,2}
ina.mutmainah@uingusdur.ac.id¹

Abstract

Corporate Social Responsibility has an important role because it meets regulations, laws & regulations; as a corporate social investment to get a positive image; part of the company's business strategy; part of the company's risk management to reduce and avoid social conflicts. Corporate Social Responsibility in this case shows its concern for the sustainability of development but remains balanced in the economy and environment. This will give the public confidence in the company. This research includes a type of causality research with quantitative methods. The population of this study is companies listed in the Jakarta Islamic Index for the 2017-2022 period. The sample in the study was the annual report of companies listed in the Jakarta Islamic Index for the 2017-2022 period. The results of this study show that green accounting, liquidity, profitability and company size do not affect corporate social responsibility, while leverage has a positive effect on corporate social responsibility. Simultaneously, the variables of green accounting, leverage, liquidity, profitability and company size affect corporate social responsibility

Keywords: *green accounting, leverage, liquidity, profitability, company size, corporate social responsibility*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan pasar utama bagi perkembangan industri keuangan syariah. Investasi syariah di pasar modal memegang peranan penting dalam meningkatkan pangsa pasar industri keuangan syariah. Salah satu indikator untuk mengukur kinerja pasar modal syariah Indonesia yakni *Jakarta Islamic Index (JII)* yang terdiri dari 30 saham syariah terlikuid berdasarkan prinsip syariah (Salihin, 2020).

Dari sisi lain, ilmu akuntansi yang tidak hanya meringkas informasi dari pihak ketiga, namun juga menyajikan informasi

yang berupa data keuangan dan menyampaikan informasi perusahaan terhadap lingkungan. Ilmu akuntansi menginternalisasi berbagai eksternalitas yang muncul sebagai konsekuensi proses industri, sehingga lahir istilah *Green Accounting*. Dengan adanya melihat tersebut diharapkan *Green Accounting* menjadi adanya CSR dalam suatu perusahaan (Dewi, 2020).

Corporate Social Responsibility (CSR) sekarang menjadi topik pembicaraan serius di forum-forum korporasi global. Di Indonesia, pembahasan CSR tidak hanya

didominasi oleh perusahaan global, tetapi juga menjadi perbincangan oleh perusahaan publik dan swasta nasional yang mulai serius mengimplementasikan program CSR mereka untuk mendukung pembentukan citra perusahaan yang positif (Coleman, 1999). Salah satu penguatkannya adalah meningkatnya kekhawatiran tentang masalah lingkungan seperti perubahan iklim. Hal ini telah menyebabkan terciptanya banyak peraturan dan konvensi yang membahas peran penting bisnis dalam menjaga keamanan dan keberlanjutan lingkungan (Widhagdha *et al.*, 2019).

Corporate Social Responsibility yakni konsepsi perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial kepada pelanggan, komunitas, tenaga kerja, pemegang saham serta lingkungan sekitar perusahaan di semua aspek yang berhubungan dengan operasionalisasi perusahaan. Oktafiani dan Rizki (2015) berpendapat bahwa berdirinya perusahaan akan berdampak pada kehidupan sekitar, baik dalam ekonomi, sosial serta ekologi. Secara ekonomi, keberadaan suatu industri atau perusahaan menawarkan kesempatan kerja bagi masyarakat yang seharusnya dapat meningkatkan kesejahteraan hidup. Secara sosial berdampak pada perubahan perilaku sosial masyarakat dan secara ekologis berdampak pada pencemaran lingkungan akibat limbah

pabrik yang menimbulkan pencemaran (Sekarwigati & Effendi, 2019).

Aktivitas pertanggungjawaban sosial perusahaan sekiranya dilakukan mencakup tujuh aspek ialah lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat serta umum. Hal itu membuat penelitian ini krusial serta peneliti tertarik untuk melakukan penelitian CSR karena memiliki peran dan manfaat yang sangat penting dari CSR sebagai alat untuk meningkatkan citra perusahaan dari perspektif *Stakeholder* dan investor yang akan menanamkan modalnya.

Selain mencari laba, perusahaan perlu peduli serta berpartisipasi dalam kesejahteraan masyarakat dan berperan aktif ketika menjaga keramahan lingkungan agar pasti terurus dengan teratur. Hal tersebut mengandung arti bahwasanya perusahaan dapat tetap menjadi lembaga yang mencari laba, di dalam situasi ini perusahaan tak membuat kerusakan lingkungan dan sosial. Tiap-tiap substansi perlu memajukan adanya tanggung jawab sosial yang seolah-olah menguatkan eksistensi perusahaan selaku berkelanjutan serta mewujudkan kerjasama antar *stakeholders* bersangkutan (Rivandi, 2020). Penelitian ini menguji lima variabel independen.

Variabel independen yang diteliti yaitu *green accounting*, *leverage*, likuiditas, profitabilitas dan ukuran perusahaan. *Green Accounting* digunakan suatu unit usaha agar secara kuantitatif dapat memperkirakan biaya dan efek dari perlindungan lingkungan. Alasan mengapa perusahaan perlu mengadopsi *green accounting* antara lain menjadi anggota atas struktur akuntansi perusahaan: menurunkan atau menghilangkan dana lingkungan, meningkatkan kemampuan perusahaan serta meningkatkan kinerja bidang usaha perusahaan (Mariani, 2017).

Menurut Harahap (2020) akuntansi bukan hanya merangkum informasi melalui pihak ketiga, tetapi juga menampilkan informasi berwujud data keuangan serta mengungkapkan informasi tentang lingkungan. Di sinilah *green accounting* lahir dengan menyempurnakan akuntansi dengan mempertimbangkan berbagai eksternalitas yang terjadi dalam proses produksi. *Green Accounting* atau Akuntansi Lingkungan diharapkan dapat menjadi CSR di perusahaan.

Penelitian Tjahjono (2013) mengungkapkan bahwa perusahaan yang sudah menjalankan manajemen lingkungan mengungkapkan informasi perusahaan menjadi tanggung jawab untuk memperoleh, memelihara, dan meningkatkan legitimasi

stakeholders agar perusahaan mampu menetap. Semakin teratur kinerja lingkungan satu perusahaan maka makin tinggi lagi tingkat *corporate social responsibility* (Dewi, 2020).

Surbakti (2012) menyatakan bahwa karakteristik perusahaan yaitu sifat unik yang terdapat dalam suatu perusahaan yang tentunya berlainan dari tiap perusahaan (Krisyadi & Elleen, 2020). Karakteristik itu bisa dipandang melalui beragam bagian, antara lain : tingkat *leverage*, tingkat likuiditas serta tingkat profitabilitas.

Leverage adalah jumlah aset yang dibiayai utang. Utang yang dipergunakan untuk mendanai aset tersebut bersumber pada kreditur. Mendorong perusahaan untuk mengungkapkan kegiatan CSR mereka secara makin luas adalah persentase yang makin banyak untuk mencukupi keperluan informasi kreditur. Perusahaan dengan persentase tinggi mencoba membujuk investor dan pemberi pinjaman dengan mengungkapkan rincian informasi.

Likuiditas yakni suatu kondisi yang mengukur kekuatan perusahaan untuk membiayai operasi bisnisnya dan membayar hutangnya dalam jangka pendek. Tujuan laporan ini adalah untuk mengkaji dampak ketersediaan dana perusahaan dalam mengungkapkan kegiatan CSR. Perusahaan dengan keuangan yang sehat dapat

mencurahkan makin besar informasi tentang CSR ketimbang perusahaan dengan likuiditas kecil (Arthana, 2009). Likuiditas merujuk atas kekuatan perusahaan untuk mencukupi kewajiban saat ini atau jatuh tempo. Semakin tinggi likuiditas maka makin tinggi kekuatan perusahaan untuk menutup hutang jangka pendek (Sekarwigati & Effendi, 2019).

Profitabilitas artinya, rasio yang dipergunakan dalam menilai kesanggupan perusahaan untuk membuat profit melalui aktivitas pemasaran, penggunaan aktiva dan penggunaan sumber daya (Hery, 2016 hlm.192). Menurut teori *stakeholder*, memperoleh keuntungan mempermudah perusahaan dalam menjalankan *corporate social responsibility* serta menjaga ikatan baik bersama para *stakeholders* (Pradnyani dan Sisdyani, 2015).

Ukuran perusahaan yakni ukuran yang dipergunakan perusahaan dalam menetapkan besar kecilnya perusahaan (Putri et al., 2017). Yulfaidan dan Zhulaikha (2012) berpendapat terkait teori agensi, yaitu perusahaan dengan anggaran agensi yang makin tinggi bakal menyampaikan lebih banyak laporan untuk memangkas anggaran keagenan. Sedangkan alasan lain terkait dengan teori *stakeholder* adalah bahwasanya perusahaan besar memiliki lebih banyak *stakeholder*, sehingga mereka dapat merilis informasi yang lebih

luas untuk memperoleh sokongan *stakeholders* (Widyatmoko, 2011).

Keterbaruan dari penelitian ini mengangkat tema *green accounting* yang berperan dalam *corporate social responsibility* pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Kontribusi dari penelitian ini untuk digunakan sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam pengelolaan aktivitas produksi perusahaan yang dapat berdampak terhadap lingkungan sehingga dengan adanya *green accounting* dan *corporate social responsibility* dapat meminimalkan terjadinya pencemaran dan kerusakan lingkungan.

KAJIAN LITERATUR

Teori Legitimasi

Teori legitimasi didasarkan pada gagasan bahwa sebuah organisasi agar dapat terus beroperasi, organisasi tersebut harus bertindak dalam batas-batas perilaku yang dapat diterima oleh lingkungan sosialnya. Organisasi akan berusaha menciptakan keselarasan setiap kegiatannya dengan norma sosial masyarakat dimana organisasi berada. Selama program kerja dan kegiatan organisasi berjalan selaras, maka keberadaan dan aktivitas organisasi dapat disebut terlegitimasi (O'Donovan, 2002).

Teori legitimasi yakni teori yang kerap dicuplik pada penelitian bidang akuntansi sosial dan lingkungan. Teori ini digunakan dalam perusahaan sebagai bentuk kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku yaitu UU PT dan PP No. 47 tahun 2012 mengenai pengungkapan *corporate social responsibility* dan lingkungan. Perusahaan sadar bahwasanya keberadaan bisnis bergantung pada hubungannya dengan masyarakat serta lingkungan di mana perusahaan berjalan. Kondisi tersebut sesuai pada teori legitimasi, yang menerangkan bahwasanya perusahaan terlibat dengan masyarakat untuk mengaplikasikan aktivitasnya sinkron dengan mutu keadilan serta cara mereka memahami *stakeholders* yang berbeda untuk membenarkan responnya. Teori legitimasi juga membuktikan bahwa suatu perusahaan wajib tetap berusaha untuk memastikan perusahaan tersebut menjalankan aktivitas operasionalnya sesuai batas serta aturan publik.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) mewujudkan konsepsi yang sedang meningkat di dunia serta implementasinya telah merambah ke seluruh bidang. Perusahaan yang telah mengambil serta menerapkan rancangan tersebut akan

menarik minat kreditur (khususnya bank) dan kalangan investor (khususnya di dunia pasar modal). Secara umum, konsep ini menetapkan perusahaan bertanggung jawab bukan cuma untuk pemilik ataupun pemegang saham, namun pula untuk *stakeholders* yang terikat serta terpengaruh dengan kehadiran perusahaan itu sendiri (Kartini et al., 2019).

Berbagai penelitian tentang pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang berkaitan pada kinerja keuangan perusahaan serta harga saham perusahaan menyatakan hasil yang beragam. Isi dari informasi diimplikasikan agar mengetahui respon pasar pada suatu pemberitahuan. Menurut Khanifar *et al* (2012), ada perusahaan yang memberikan hasil positif dan negatif. Sedangkan penelitian oleh Brammer *et al* (2006) menggunakan indikator kinerja sosial terpilih untuk lingkungan, tenaga kerja serta kegiatan di masyarakat. Temuan utamanya yaitu perusahaan dengan nilai skor kinerja yang lebih tinggi cenderung mencapai hasil yang lebih rendah, sedangkan perusahaan dengan kinerja sosial perusahaan serendah mungkin dari noljauh unggul dari pasar. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kinerja sosial suatu perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap return saham (Fajar, 2013).

Green Accounting (Akuntansi Lingkungan)

Akuntansi lingkungan adalah akuntansi yang mengidentifikasi, menaksir, mengevaluasi serta menyampaikan anggaran terkait kegiatan lingkungan perusahaan (Aniela, 2012). Akuntansi tersebut adalah metode untuk memasukkan hasil peristiwa lingkungan ke dalam laporan keuangan. Akuntansi lingkungan adalah cara untuk menyampaikan laporan yang berhubungan dengan lingkungan, yang bertujuan untuk menyampaikan informasi tentang kinerja perusahaan dari sudut pandang lingkungan. Faktor sukarela mengatur motivasi perusahaan untuk melaporkan masalah lingkungan. Akuntansi lingkungan memberikan laporan baik kepada pihak internal maupun eksternal perusahaan (Chasbiandani et al., 2019).

Karakteristik Perusahaan

Karakteristik perusahaan melambangkan identitas khusus dari perusahaan yang membedakannya terhadap perusahaan lainnya. Karakteristik perusahaan mampu menyampaikan luasnya perbedaan pengungkapan sukarela pada laporan tahunan, karakteristik perusahaan adalah mutu kualitas pengungkapan (Aini, 2015).

a. Tingkat Leverage

Leverage menjadi fasilitas yang dimanfaatkan buat menaksir berapa banyak ketergantungan suatu perusahaan kepada kreditur ketika membayar aktiva perusahaan. Perusahaan yang menyangang tingkat *leverage* yang tinggi bermakna makin terikat terhadap utang eksternal untuk menyediakan biaya aset mereka. Sedangkan perusahaan dengan *leverage* yang kian kecil memungkinkan untuk menanggung bisnis mereka atas dana tunggal. Tingkat *leverage* perusahaan mencerminkan risiko finansial perusahaan. *Agency theory* memperkirakan bahwasanya perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi hendak mengeluarkan makin minim informasi sebab anggaran keagenan dibandingkan perusahaan dengan bentuk aset yang makin tinggi (S. Maya Trinanda, 2018).

Pada dasarnya utang dalam ekonomi Islam bukanlah sesuatu yang dilarang. Namun, utang itu harus tercatat. Allah SWT dalam Surah Al-Baqarah ayat 282, telah memerintahkan untuk orang-orang yang beriman agar menuliskan atau membuat catatan atas setiap transaksi yang dilakukan secara non-tunai ataupun utang. Hal ini untuk menghindari keraguan atau perselisihan antara pihak yang berhutang maupun yang memberi

hutang mengenai jumlah utang dan jangka waktu utang. Namun, aktivitas hutang ini harus dijaga sesuai dengan aturan Syariah seperti terbebas dari riba, maysir, gharar, dan hal-hal yang haram (Sari & Indrarini, 2020).

b. Tingkat Likuiditas

Likuiditas kerap digunakan oleh perusahaan atau penanam modal buat menilai kecakapan perusahaan ketika melengkapi kewajiban jangka pendek, sebagaimana membiayai gaji karyawan, utang listrik atau utang yang sudah jatuh tempo. Namun, terdapat sejumlah perusahaan yang tak bisa memenuhi hutangnya tepat pada waktunya, karena perusahaan tersebut tidak memiliki biaya yang layak untuk menutupi utang tersebut (Adiyani & Septanta, 2017).

Utang dalam Islam sendiri tertera dalam hadits riwayat Bukhari no 465: “Seandainya aku memiliki emas sebesar bukit Uhud yang membuat aku senang tentu tidak bersamaku melebihi tiga malam dan bagiku tidak akan ada yang tersisa kecuali satu saja yang aku sipkan untuk membayar hutang”. Hadits tersebut menyatakan bahwa utang harus segera dilunasi. Perusahaan harus menyiapkan biaya lebih dari utang yang wajib untuk dilunasi (Sholicha, 2020).

c. Tingkat Profitabilitas

Rasio profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk memperkirakan kecakapan suatu entitas dalam mencari laba atau keuntungan dalam rentang waktu khusus. Rasio ini menyampaikan skala efisiensi manajemen perusahaan yang ditunjukkan pada keuntungan perusahaan yang diperoleh dari pemasaran ataupun investasi. Perusahaan rentabilitasnya baik asalkan berupaya menutup target keuntungan yang sudah dipastikan oleh perusahaan dengan memanfaatkan aset yang dimiliki perusahaan (April et al., 2017).

Profitabilitas dari sudut pandang Islam, berpedoman pada Al-Qur'an dan Hadits adalah panduan untuk mencapai tujuan profitabilitas tanpa menyimpang dari orientasi akhirat. Selain keuntungan angka atau materi, itu memiliki banyak arti lain. Padahal, angka dan materi hanyalah alat untuk mencapai tujuan di akhirat. Pendapatan dari modal tidak boleh dalam bentuk (bunga) dalam syariah. Karena bunga dianggap riba, maka menurut syariat haram (Dariana, 2019).

d. Ukuran Perusahaan

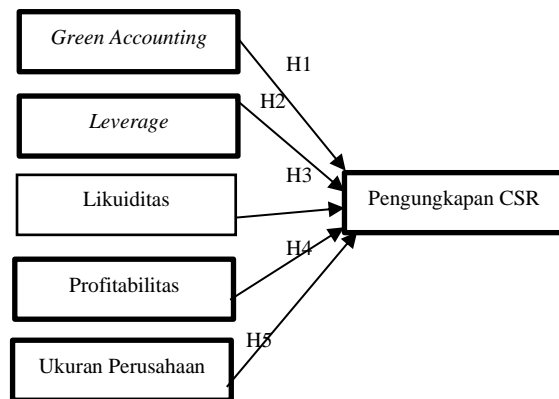
Ukuran perusahaan ialah ukuran yang difungsikan untuk pengelompokan perusahaan menjadi kecil dan besar

berdasarkan beragam macam seperti jumlah kekayaan perusahaan, tingkat penjualan rerata, nilai pasar saham, serta total pemasaran. Secara umum dimensi perusahaan dapat dialokasi menjadi tiga bagian ialah perusahaan besar (*large company*), perusahaan menengah (*medium-sized enterprise*) serta perusahaan kecil (*small enterprise*). Semakin besar perusahaan makin besar pula perilaku operasionalnya. Perusahaan berskala besar tentunya memiliki lebih banyak pengalaman menjalankan operasinya dan memiliki lebih banyak pengalaman dalam strategi operasi yang berkelanjutan, termasuk tindakan untuk meminimalkan pajak. (Prameswari, 2017).

Dari fakta islam, pentingnya kekayaan Allah diungkapkan oleh surah terpanjang dalam Al-Qur'an. Ini berisi aturan keuangan, penggunaan dan instruksi pencatatan serta membutuhkan dua saksi. Allah berfirman dalam Surat Al-Isra' ayat 26-27: "Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu

adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhanmu". Ayat tersebut menjelaskan dalam menggunakan ataupun menghabiskan aset yakni, tekankan perlunya infaq, larangan sikap terhadap pemborosan harta serta larangan riba, monopoli dan aktivitas tidak adil menurut hukum Islam.

Kerangka pemikiran teoritis yang diajukan adalah sebagai berikut:



H1: *Green Accounting* berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR

H2: *Leverage* berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR

H3: Likuiditas berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR

H4: Profitabilitas berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR

H5: Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dipergunakan ialah kuantitatif, dengan pendekatan *Causal Associative Research*. Populasi penelitian ialah perusahaan yang tercantum pada Jakarta Islamic Index periode 2017-2022 dengan jumlah 180 perusahaan. Prosedur pengambilan sampel pada penelitian memakai teknik *purposive sampling* yakni populasi yang dipilih sampel penelitian ialah populasi yang mencukupi tolok ukur kriteria pemilihan sampel (1) Perusahaan yang terdaftar di JII periode 2017-2022 (2) Perusahaan yang melampirkan laporan keuangan tahunan dengan mata uang rupiah (3) Perusahaan yang menyajikan data lengkap sesuai kebutuhan penelitian.

Berdasarkan jumlah perusahaan yang terdaftar di JII periode 2017-2022 yang menjadi sampel pada penelitian ini terdapat 41 perusahaan. Metode analisis data penelitian menggunakan asumsi klasik, regresi linier berganda; uji t, uji F dan Koefisien Determinasi.

Table 1. Operasional Variabel

Variabel	Skala	Indikator
<i>Corporate Social Responsibility</i> (Y)	Rasio	$CSR = \frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan}}{78}$
<i>Green Accounting</i> (X ₁)	Nominal	Diukur memakai metode <i>dummy</i> , Dalam arti andaikan perusahaan mempunyai salah satu bagian anggaran operasi lingkungan, maka anggaran daur ulang produk pada pengembangan serta anggaran penelitian di tahun laporan perusahaan, maka dapat diberikan angka 1 (satu) sedangkan sebaliknya angka 0 (nol) dapat diberikan.
Tingkat <i>Leverage</i> (X ₂)	Rasio	$Leverage = \frac{\text{Total Liabilitas}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}}$
Tingkat Likuiditas (X ₃)	Rasio	$Current Rattio = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Utang Lancar}}$
Tingkat Profitabilitas (X ₄)	Rasio	$Net Profit Ratio = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Penjualan Bersih}}$
Ukuran Perusahaan (X ₅)	Rasio	$Size = Ln (\text{Total Aktiva})$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji normalitas bertujuan untuk memeriksa apakah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas terdistribusi normal ataupun tidak. Model regresi yang baik harus memiliki distribusi data yang normal dengan nilai signifikansi dari Kolmogorov-smirnov di atas tingkat signifikansi 5%.

Table 2. Uji Normalitas

Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200
------------------------	-------

Berdasarkan hasil pengujian dapat dilihat nilai Asymp.Sig. (2-tailed) 0,200 lebih besar dari 0,05 sehingga data penelitian berdistribusi normal.

Uji multikolinieritas bertujuan untuk memeriksa apakah model regresi menemukan korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2015). Dikatakan tidak ada gejala multikolinieritas jika nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,1.

Table 3. Uji Multikolinieritas

Variabel	VIF	Tolerance
<i>Green Accounting</i> (X ₁)	2,822	0,354
Tingkat <i>Leverage</i> (X ₂)	1,912	0,523
Tingkat Likuiditas (X ₃)	2,524	0,396
Tingkat Profitabilitas (X ₄)	1,966	0,509
Ukuran Perusahaan (X ₅)	2,075	0,482

Dari nilai tersebut, dapat ditentukan bahwa data variabel bebas dari multikolinieritas karena hasilnya memenuhi kriteria yang ditentukan.

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, terdapat ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas, penelitian ini menggunakan *uji gleyser*, data tidak terjadi heterokedastisitas dengan nilai signifikansi di atas tingkat signifikansi 5%.

Tabel 4. Uji Heterokedastisitas

Variabel	Sig
<i>Green Accounting</i> (X ₁)	0,604
Tingkat <i>Leverage</i> (X ₂)	0,574
Tingkat Likuiditas (X ₃)	0,579
Tingkat Profitabilitas (X ₄)	0,405
Ukuran Perusahaan (X ₅)	0,142

Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari kelima variabel menunjukkan nilai signifikansi > 0,05 yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Uji autokorelasi bertujuan untuk memeriksa apakah ada korelasi dalam model regresi linier antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika $dU < d < 4 - dU$, berarti tidak ada autokorelasi positif atau negative.

Tabel 5. Uji Autokorelasi

Durbin-Watson	1,794
---------------	-------

Diperoleh nilai *Durbin Watson* (D-W) sebesar 0,1794 dimana nilai ini lebih besar dari dU (1,794 > 1,7835) dan kurang dari 4 - dU (1,794 < 2,2165), maka dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Table 6. Analisis Regresi Linier Berganda

Anova		Sig
Uji F	6,882	0,000
R Square	0,249	
Constant	-0,975	0,345
<i>Green Accounting</i>	1,852	0,072
Tingkat <i>Leverage</i>	-4,039	0,000
Tingkat Likuiditas	-1,216	0,232
Tingkat Profitabilitas	-1,039	0,306
Ukuran Perusahaan	-0,510	0,613

Sumber: hasil olah data 2024

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) diketahui bahwa nilai signifikan variabel *green accounting* yakni $0,072 > 0,05$, serta t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} yaitu $1,852 < 2,030$ dengan koefisien variabel *green accounting* bernilai positif, yang menunjukkan bahwa *green accounting* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (**H₁ ditolak**).

Pengungkapan biaya lingkungan yang dilakukan suatu perusahaan sebagai salah satu bentuk adanya pelaksanaan *corporate social respnsibility* ini masih dilakukan secara inkonsisten. Perusahaan cenderung tidak mengungkapkan biaya lingkungan yang mana menjadi salah satu pertimbangan bagi para stakeholder sebagai indikator penilaian tanggung jawab sosial pada aspek lingkungan. Hal tersebut dapat

mengakibatkan turunnya rasa kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Rezha Nia Ade Putri Edy (2020) serta Ulul Azmi *et al.* (2020) yang menyatakan *green accounting* berdampak positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Akan tetapi, penelitian ini sejalan dengan Desi Mariani (2017) yang menyatakan *green accounting* tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

Hasil uji parsial (uji t) diketahui bahwa nilai signifikan variabel *leverage* ialah $0,000 > 0,05$ serta t_{hitung} yaitu $-4,039 < 2,030$ dengan koefisien variabel *leverage* bernilai negatif, yang menunjukkan bahwa *leverage* terdapat pengaruh signifikan (arah pengaruhnya negatif atau tidak searah) terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (**H₂ diterima**).

Hasil uji *leverage* terdapat pengaruh signifikan dengan arah negatif (dilihat dari nilai uji), dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pengungkapan *corporate social responsibility* maka semakin turun hutang perusahaan. Dengan pembayaran hutang maka perputaran keuangan di perusahaan lancar (tidak ada kredit masuk).Salah satu poin tinggi yang ditunjukkan oleh perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan serta image positif yang telah

ada ialah dengan pengungkapan informasi tambahan yang mewakili kegiatan perusahaan terkait *corporate social responsibility*.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Ida Ayu Putri Laksmidewi Purba dan Made Reina (2019) serta Tria Dewi Putri (2019) menunjukkan bahwasannya *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Yulius Kurnia Susanto dan Daves Joshua (2017), Dwi Saputri (2019) serta Enny Arita dan Rishendri Mukhtar (2019) yang menyatakan *leverage* tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Rezha Nia Ade Putri Edy (2020) serta Ulul Azmi *et al.* (2020) yang menyatakan *green accounting* berdampak positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Akan tetapi, penelitian ini sejalan dengan Desi Mariani (2017) yang menyatakan *green accounting* tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

Dari hasil uji signifikansi parsial (uji t) diperoleh hasil bahwa nilai signifikan variabel likuiditas ialah $0,232 > 0,05$ serta t_{hitung} yaitu $-1,216 < 2,030$ dengan koefisien variabel likuiditas bernilai negatif, yang menunjukkan bahwa likuiditas tidak terdapat

pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (**H₃ ditolak**).

Perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi akan cenderung kurang mengungkapkan *corporate social responsibility*. Hal ini dikarenakan perusahaan akan mengutamakan dana yang dimiliki untuk membayar hutang jangka pendeknya agar tetap menjaga kepercayaan investor atau kreditur terhadap perusahaan. Di sisi lain, perusahaan dengan likuiditas yang rendah akan meningkatkan kegiatan *corporate social responsibility* perusahaan untuk menarik minat investor.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Ida Ayu Putri Laksmidewi Purba dan Made Reina (2019) yang menunjukkan bahwasannya likuiditas dalam perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, akan tetapi penelitian ini sejalan dengan penelitian Enny Arita dan Rishendri Mukhtar (2019) yang berpendapat bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

Hasil uji signifikansi parsial (uji t) memperoleh hasil bahwasannya nilai signifikan variabel profitabilitas yakni $0,306 > 0,05$ serta t_{hitung} yaitu $-1,039 < 2,030$ dengan koefisien variabel profitabilitas bernilai negatif, yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak terdapat pengaruh

terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan yang terdaftar dalam Jakarta Islamic Index (JII) periode 2015-2020 (**H₄ ditolak**).

Masih rendahnya nilai profitabilitas perusahaan, sehingga masih rendah dalam pengungkapan CSR. Hal ini mungkin disebabkan adanya persepsi bahwasannya *corporate social responsibility* merupakan kegiatan yang berbahaya yang tidak kondusif bagi keberlangsungan usaha dan perusahaan berorientasi pada laba saja. Alasan lain yakni perusahaan menganggap bahwa *corporate social responsibility* yang dibuat tidak akan memberikan nilai positif bagi perusahaan serta pengungkapan *corporate social responsibility* memberikan kerugian kompetitif karena perusahaan harus mengeluarkan biaya tambahan untuk mengungkapkan informasi sosial.

Penelitian ini tidak sejalan atas penelitian Ida Ayu Putri Laksmidewi Purba dan Made Reina (2019) serta Enny Arrita dan Rishendri Mukhtar (2019) yang menunjukkan bahwasannya adanya pengaruh positif dalam pengungkapan *corporate social responsibility*. Akan tetapi, penelitian ini sejalan dengan penelitian Wulan Suci Maharesti (2018), Dwi Saputri (2019) serta Tria Dewi Putri (2019) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

Berdasarkan hasil uji statistik t diperoleh hasil nilai signifikan ukuran perusahaan ialah $0,613 > 0,05$ serta t_{hitung} yaitu $-0,510 < 2,030$ dengan koefisien ukuran perusahaan yakni negatif, yang menunjukkan bahwasannya ukuran perusahaan tidak terdapat pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (**H₅ ditolak**).

Hal ini dapat disebabkan perusahaan yang mempunyai asset yang besar belum tentu memperhatikan ataupun memperlihatkan performance yang baik melalui kepeduliannya terhadap lingkungan sosial. Tidak berpengaruhnya ukuran perusahaan pada pengungkapan *corporate social responsibility* bisa jadi karena kesadaran manajemen perusahaan yang masih kurang terhadap lingkungan sosial.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian Yulius Kurnia Susanto dan Daves Joshua (2017), Ida Ayu Putri Laksmidewi Purba dan Made Reina (2019) serta Harjayanti Widiastuti *et al.* (2018) yang menunjukkan bahwasannya ukuran perusahaan berpengaruh positif dalam pengungkapan CSR. Namun, penelitian ini sejalan dengan penelitian Mar'i Viviliana (2016), Wulan Suci Maharesti (2018) serta Tria Dewi Putri (2019) yang menyatakan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian uji t menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara *green accounting* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Pengungkapan *green accounting* di perusahaan Jakarta Islamic Index (JII) masih rendah, yang mana menjadi salah satu pertimbangan stakeholder sebagai penilaian tanggung jawab sosial aspek lingkungan.

Terdapat pengaruh signifikan (arah pengaruhnya negatif) antara *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengungkapan *corporate social responsibility* maka semakin turun hutang perusahaan. Informasi *corporate social responsibility* berguna untuk kreditur atau pemberi pinjaman dan pihak tersebut melihat CSR perusahaan yang berkaitan dengan kepedulian lingkungan perusahaan.

Tidak terdapat pengaruh signifikan antara likuiditas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini menunjukkan bahwa likuiditas di perusahaan Jakarta Islamic Index (JII) masih rendah, dan akan meningkatkan kegiatan *corporate social responsibility* perusahaan untuk menarik minat investor.

Tidak terdapat pengaruh antara profitabilitas terhadap pengungkapan

corporate social responsibility. hal ini perusahaan kurang membentuk konstruk sosial.

Tidak terdapat pengaruh antara ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Perusahaan yang mempunyai asset besar belum tentu memperhatikan ataupun memperlihatkan performance yang baik melalui kepeduliannya terhadap lingkungan sosial.

Saran dari penelitian ini bahwa Peneliti berikutnya dapat menggunakan atau menambahkan variabel penelitian lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini, seperti umur perusahaan, kepemilikan publik, ukuran dewan komisaris, pengungkapan media, dan sebagainya untuk lebih menjelaskan pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Menambah atau mengganti setting penelitian selain perusahaan yang tercantum dalam Jakarta Islamic Index (JII). Peneliti selanjutnya juga diharapkan perlu mengikuti perkembangan serta memperbaharui item-item yang dapat digunakan dalam menilai *corporate social responsibility*.

DAFTAR PUSTAKA

Abbas, D. S., Hakim, M. Z., & Istianah, N. (2019). PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN

- KEPEMILIKAN SAHAM PUBLIK TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2017). *COMPETITIVE Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3(2), 1. <https://doi.org/10.31000/c.v3i2.1824>
- Abdul Jabar, A. K., & Cahyadi, I. F. (2020). Pengaruh Exchange Rate, Inflasi, Risiko Sistematis Dan BI Rate Terhadap Return Saham Syariah Di Jakarta Islamic Index (JII) Periode 2015-2018. *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance*, 4(1), 12. <https://doi.org/10.21043/malia.v4i1.8409>
- Adiyani, N., & Septanta, R. (2017). Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak dengan CSR sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Perusahaan Property and Real Estate Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Universitas Pamulang*, 5(1), 17–35. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JIA/article/view/555>
- Aini, A. K. (2015). *PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (CSR) PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI INDEKS LQ45 BURSA EFEK INDONESIA (BEI)*. 12(1), 1–11.
- April, P., Akuntansi, J. R., Wulandari, S., Zuhaimi, H., Akuntansi, P. S., & Indonesia, U. P. (2017). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Dan Jasa Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 5(2), 101–112. <https://doi.org/10.17509/jrak.v5i2.8515>
- Chasbiandani, T., Rizal, N., & Indra Satria, I. (2019). Penerapan Green Accounting Terhadap Profitabilitas Perusahaan Di Indonesia. *AFRE (Accounting and Financial Review)*, 2(2), 126–132. <https://doi.org/10.26905/afr.v2i2.3722>
- Dariana, D. (2019). Analisis Rasio Profitabilitas Pada Usaha Ekonomi Desa Simpan Pinjam (UED-SP) Desa Kembang Luar Ditinjau Dari Perspektif Syariah. *JAS (Jurnal Akuntansi Syariah)*, 3(1), 87–101. <https://doi.org/10.46367/jas.v3i1.165>
- Darwin, K. (2020). Islam Dan Akuntabilitas Lingkungan: Suatu Tinjauan Teoritis. *AkMen JURNAL ILMIAH*, 17(2), 205–217. <https://doi.org/10.37476/akmen.v17i2.882>
- Dewi, M. A. (2020). Pengaruh Green Accounting Dan Dividend Payout Ratio Terhadap Firm Size Melalui Csr Sebagai Variabel Intervening. *BISMA: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14(1), 34. <https://doi.org/10.19184/bisma.v14i1.16827>
- Krisyadi, R., & Elleen, E. (2020). Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Tata Kelola Perusahaan terhadap Pengungkapan Sustainability Report. *Global Financial Accounting Journal*, 4(1), 16. <https://doi.org/10.37253/gfa.v4i1.753>
- Mariani, D. (2017). Pengaruh Penerapan Green Accounting , Kepemilikan Saham Publik, Publikasi CSR terhadap Pengungkapan CSR dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Perusahaan Property Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 6(2), 141–160.
- O'Donovan, G. (2002). Environmental disclosures in the annual report. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 344–371. <https://doi.org/10.1108/095135702104>

[35870](#)

Prameswari, F. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 3(4), 74–90.

Putra, Y. P. (2018). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Intervening. *BALANCE Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 2(2), 227. <https://doi.org/10.32502/jab.v2i2.1175>

Putri, R., Zulfahridar, Z., & Kurnia, P. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Dan Basis Kepemilikan Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode Tahun 2012-2014. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 4(1), 558–571.

Rivandi, M. (2020). Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan High Profile di BEI. *Akuntabilitas*, 13(2), 205–220. <https://doi.org/10.15408/akt.v13i2.17336>

Salihin, A. (2020). Pengaruh Dow Jones Islamic Market Indeks (DJIM) dan Harga Emas Dunia terhadap Jakarta Islamic Indeks (JII) Priode 2014-2018. *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2(2), 1–14. <https://doi.org/10.24090/mabsya.v2i2.3222>

Sekarwigati, M., & Effendi, B. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Likuiditas terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *STATERA: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 16–33. <https://doi.org/10.33510/statera.2019.1>

[.1.16-33](#)

Wahyuningsih, A., & Mahdar, N. M. (2019). Pengaruh Size, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Csr Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Widhagdha, M. F., Wahyuni, H. I., & Sulhan, M. (2019). Relasi Sosial Dalam Praktik Kebijakan Csr. *The Journal of Society & Media*, 3(1), 105. <https://doi.org/10.26740/jsm.v3n1.p105-125>