

---

**PENGARUH MEDIA EXPOSURE, PROFITABILITAS, DAN GREEN ACCOUNTING TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE PADA PERUSAHAAN SEKTOR KESEHATAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2021-2024**

Novi Jelpiani M Hutagalung<sup>✉</sup>, Mulatua P. Silalahi, Merry Anna Napitupulu,  
Sahala Purba

Fakultas Ekonomi, Universitas Methodist Indonesia, Medan, Indonesia

Email: [novihutagalung074@gmail.com](mailto:novihutagalung074@gmail.com)

**ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Media Exposure, Profitabilitas, Green Accounting terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure secara parsial maupun simultan. Kriteria pemilihan sampel yang digunakan yaitu purposive sampling dengan jumlah populasi sebanyak 38 perusahaan dan menghasilkan 12 sampel. Dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah Corporate Social Responsibility Disclosure, sedangkan variabel independen adalah Media Exposure, Profitabilitas, dan Green Accounting. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Media Exposure berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure, variabel Profitabilitas berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure, dan Green Accounting negatif dan tidak signifikan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. Sedangkan secara simultan variabel Media Exposure, Profitabilitas, dan Green Accounting berpengaruh signifikan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Menurut uji koefisien determinasi (adjusted R squared) untuk model regresi ini adalah 0,203 atau 20,3%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Media Exposure, Profitabilitas dan Green Accounting hanya mampu menjelaskan variabel Corporate Social Responsibility Disclosure sebesar 20,3%, sedangkan sisanya sebesar 79,7% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi penelitian ini.*

**Keywords:** *Media Exposure, Profitabilitas, Green Accounting, Corporate Social Responsibility Disclosure.*

---

**PENDAHULUAN**

*Praktik Corporate Social Responsibility Disclosure telah berkembang menjadi agenda strategis bagi perusahaan diseluruh dunia seiring meningkatnya kesadaran global terhadap keberlanjutan. Perserikatan Bangsa-Bangsa melalui Sustainable Development Goals (SDGs) telah menetapkan 17 tujuan pembangunan keberlanjutan yang mendorong perusahaan untuk mengintegrasikan tanggung jawab sosial dan lingkungan kedalam kegiatan operasional bisnis (United nations, 20215). Tekanan dari berbagai stakeholder global, termasuk investor, konsumen, dan regulator, semakin memperkuat kebutuhan akan transparansi melalui pengungkapan CSR yang komprehensif, sebagaimana tercermin dalam adopsi kerangka Global Reporting Initiative (GRI) oleh lebih dari 10.00 organisasi negara (Pristi & Bandiyono, 2024).*

Dalam konteks ESG (*Environmental, Social, and Governance*), pengungkapan CSR semakin menjadi kriteria utama bagi investor perusahaan. Menurut laporan Bloomberg Intelligence, (2021), aset investigasi ESG global akan mencapai USD 53 triliun pada tahun 2025, mempresentasikan lebih dari sepertiga total aset yang di kelola secara global. Dalam regulasi internasional, EU *Corporate Sustainability Reporting Directive* (CSRD) yang mulai berlaku pada tahun 2024 mewajibkan pengungkapan informasi keberlanjutan yang lebih terperinci dan terifikasi (PwC, 2022.). Perkembangan ini menegaskan bahwa CSR *Disclosure* tidak lagi bersifat sukarela, melainkan telah menjadi kebutuhan strategi dan regulatoris bagi perusahaan.

Di Indonesia, pengungkapan CSR *Disclosure* telah di atur melalui sejumlah regulasi, diantaranya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, POJK Nomor 51/POJK.03/2017 (Otoritas Jasa Keuangan, 2017), dan POJK Nomor 14/2023 yang mengintegrasikan prinsip-prinsip ESG secara lebih komprehensif (Otoritas Jasa Keuangan, 2023). Meskipun demikian, kualitas Meskipun demikian, kualitas pengungkapan CSR perusahaan Indonesia masih berada di bawah rata-rata regional ASEAN, dengan skor rata-rata sebesar 48,3%, lebih rendah dibandingkan Singapura (72,1%) dan Malaysia (65,4%) (Cakti et al., 2022). Kondisi ini menunjukkan urgensi untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pengungkapan CSR di Indonesia, terutama pada sektor-sektor yang memiliki dampak sosial dan lingkungan yang signifikan.

Sektor kesehatan merupakan salah satu sektor yang memiliki tanggung jawab sosial dan lingkungan yang tinggi. Perusahaan di sektor ini meliputi rumah sakit, industri farmasi, produsen alat medis, dan penyedia layanan kesehatan berkontribusi langsung terhadap kesejahteraan masyarakat sekaligus menghasilkan dampak lingkungan melalui pengelolaan limbah medis berbahaya dan penggunaan bahan kimia (Kusuma Adi et al., 2023). Secara global, sektor kesehatan menyumbang sekitar 4,4% emisi gas rumah kaca, dengan limbah medis mencapai 16% dari total limbah berbahaya di negara berkembang (Karliner et al., 2020). Di Indonesia, tantangan ini semakin besar pasca-pandemi COVID-19 yang menyebabkan volume limbah infeksius meningkat hingga 30–50% (Ciawi et al., 2024).

Periode 2021–2024 merupakan fase krusial bagi sektor kesehatan Indonesia. Selama pandemi, perusahaan sektor ini mengalami lonjakan permintaan layanan medis, distribusi obat-obatan, dan vaksin yang mendorong profitabilitas ke level tertinggi. Namun, pada periode 2022–2023, profitabilitas cenderung menurun seiring meredanya pandemi. Data Bursa Efek Indonesia mencatat 38 perusahaan sektor kesehatan dengan kapitalisasi pasar mencapai Rp285 triliun per akhir 2024, menjadikannya salah satu sektor dengan pertumbuhan tertinggi (Bursa efek Indonesia, 2024). Di sisi lain, tingkat pengungkapan CSR pada sektor ini menunjukkan heterogenitas yang tinggi.

Salah satu yang dapat mempengaruhi tingkat pengungkapan CSR adalah *Media exposure* (Alfariz & Widiastuti, 2021). *Media Exposure* berpotensi memengaruhi

tingkat pengungkapan CSR, namun pengaruhnya tidak selalu positif (Saputri & Setyowati, 2024). Perusahaan yang menghadapi pemberitaan kritis cenderung membatasi pengungkapan sebagai strategi defensif untuk melindungi reputasi dan menghindari ekspektasi *stakeholder* yang semakin tinggi (Simposium et al., 2020). Profitabilitas berperan dalam menentukan kemampuan perusahaan membiayai program sosial dan lingkungan. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi memiliki kapasitas finansial yang lebih besar untuk melakukan pengungkapan CSR yang lebih komprehensif. Temuan (Pratiwi, 2025), (Wijaya & Murti, 2025), (Totanan et al., 2022), Yarah Shintia, (2023), yang mengemukakan profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR *Disclosure*.

*Green accounting* sebagai praktik yang mengintegrasikan aspek lingkungan ke dalam sistem akuntansi tradisional mendorong transparansi pengungkapan biaya lingkungan. Penerapan *green accounting* yang baik mendorong perusahaan untuk lebih transparan dalam mengungkapkan aktivitas pengungkapan CSR sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada pemangku kepentingan (Putri, 2024). Namun, sebagian besar perusahaan masih menyajikan deskripsi umum tanpa dokumentasi yang sistematis sesuai prinsip *green accounting* (Nisaa & Hidayati, 2025). Oleh karena itu, penerapan *green accounting* menjadi faktor yang perlu dikaji pengaruhnya terhadap CSR *Disclosure*. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh (Wijaya & Murti, 2025) variabel profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan Fenomena *gap* dan *research gap* diatas, maka peneliti menetapkan judul “**Penengaruh Media Exposure, Prifitabilitas, dan Green Accounting terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Sekor Kesehatan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2024**”.

## **TINJAUAN PUSTAKAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Stakeholder Theory**

Teori yang diperkenalkan oleh R. Edward Freeman (1984) menyatakan setiap kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan perusahaan. Teori ini menegaskan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan pemegang saham (*shareholder*) semata, melainkan juga harus memperhatikan kepentingan seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*). (Dwi Ekasari Harmadji, 2020) menjelaskan bahwa perspektif *stakeholder theory*, perusahaan memiliki kewajiban untuk memberikan manfaat kepada berbagai pemangku kepentingan yang meliputi pemegang saham, karyawan, pemasok, kreditur, konsumen, masyarakat sekitar, pemerintah, dan pihak-pihak terkait lainnya. Dalam konteks CSR *Disclosure*, teori stakeholder menjelaskan bahwa perusahaan melakukan pengungkapan CSR untuk memenuhi ekspektasi *stakeholder* mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan.

### **Legitimacy Theory**

Teori legitimasi didasarkan pada gagasan bahwa perusahaan dalam sistem sosial yang lebih luas. Suchman (1995) mendefenisikan legitimasi sebagai persepsi atau

asumsi umum bahwa tindakan suatu entitas diinginkan, tepat, atau sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan, dan definisi tertentu. (Vivianita & Nafasati, 2019) menjelaskan bahwa “ketika terjadi kesenjangan antara nilai-nilai perusahaan dan nilai-nilai masyarakat (*legitimacy gap*), maka eksistensi perusahaan akan terancam”. Untuk menjaga legitimasi, perusahaan perlu menunjukkan bahwa aktivitas operasionalnya sejalan dengan norma dan ekspektasi masyarakat. CSR *Disclosure* merupakan salah satu strategi legitimasi yang dapat dilakukan perusahaan.

### Corporate Social Responsibility Disclosure

*Corporate social Responsibility Disclosure* adalah pengungkapan informasi mengenai aktivitas sosial dan lingkungan perusahaan kepada pemangku kepentingan dan masyarakat secara luas. (Edgar Tanaya, 2016) mendefinisikan pengungkapan CSR sebagai proses mengkomunikasikan dampak sosial, dan lingkungan dari aktivitas ekonomi organisasi terhadap kelompok-kelompok tertentu dalam masyarakat dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Pratikto et al., 2022)”. CSR *Disclosure* dapat dilakukan melalui berbagai media, seperti laporan tahunan, laporan keberlanjutan (*sustainability report*), website perusahaan, atau media sosial. *Global Reporting initiative* (GRI) menyediakan standar pelaporan keberlanjutan yang komprehensif dan telah banyak diadopsi oleh perusahaan seluruh dunia.

Pengungkapan CSR disajikan dalam laporan keberlanjutan dengan menggunakan standar (*Global Reporting Inivative*) GRI G4 mencakup total 91 indikator yang dibagi menjadi enam kategori : (1) indikator ekonomi (9 indikator), (2) indikator lingkungan (34 indikator), (3) indikator praktik ketenagakerjaan (16 indikator), (4) indikator hak asasi manusia (12 indikator), (5) indikator masyarakat (11 indikator), dan (6) indikator tanggung jawab produk (9 indikator). CSR *Disclosure* diukur menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* dengan pendekatan dikotomis. Setiap item pengungkapan yang terdapat dalam laporan tahunan diberi skor 1, sedangkan item yang tidak diungkapkan diberi skor 0. Rumus untuk menghitung CSRD<sub>i</sub> adalah sebagai berikut:

$$CSRD_i = \frac{\sum^n}{\sum_k}$$

Keterangan:

CSRD<sub>i</sub> = *Corporate Social Responbility Disclosure index* perusahaan

*n* = Jumlah item pengungkapan yang dipenuhi perusahaan

*k* = Jumlah maksimum item pengungkapan (91 item berdasarkan GRI Standards)

### Media Exposure

*Media exposure* atau paparan media merujuk pada tingkat keterpaparan perusahaan diberbagai saluran media yang menyiarkan informasi mengenai aktivitas perusahaan, yang termasuk upaya-upaya terkait tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dalam era digital saat ini, *media exposure* tidak hanya terbatas

pada media konvensional seperti surat kabar dan televisi, tetapi juga mencakup media digital seperti *website* perusahaan, platform media sosial (*Instagram*, *Facebook*, *Twitter/X*, *LinkedIn*), dan portal berita *online*. Internet telah menjadi alat yang sangat kuat dalam menyebarkan informasi dengan jangkauan yang luas dan cepat. Perkembangan teknologi informasi membuat berbagai portal berita dipenuhi dengan informasi mengenai aktivitas perusahaan, baik yang bersifat positif maupun negatif. Dalam penelitian ini pengukuran *media exposure* menggunakan variabel *dummy*, apabila perusahaan mempublikasikan kegiatan CSR maka di beri skor 1, sedangkan tidak mempublikasikan kegiatan CSR maka diberi skor 0, yang dapat di lihat dari situs *web* resmi perusahaan.

### Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan dari aktivitas operasionalnya. Profitabilitas biasanya diukur menggunakan rasio-rasio keuangan seperti *Gross Profit Margin* (GPM), *Return On Equiry* (ROE), *Net Profit Margin* (NPM). Tingkat profitabilitas yang tinggi menandakan sumber daya secara efisiensi untuk menghasilkan keuntungan. Peningkatan laba perusahaan sejalan dengan peningkatan transparansi pengungkapan informasi sosial perusahaan (Aulia Putri Utami et al., 2023). Dalam penelitian ini, rumus yang digunakan adalah *Return On Equity* (ROE). Rumus ROE yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{Return On Equity (ROE)} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah pajak}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

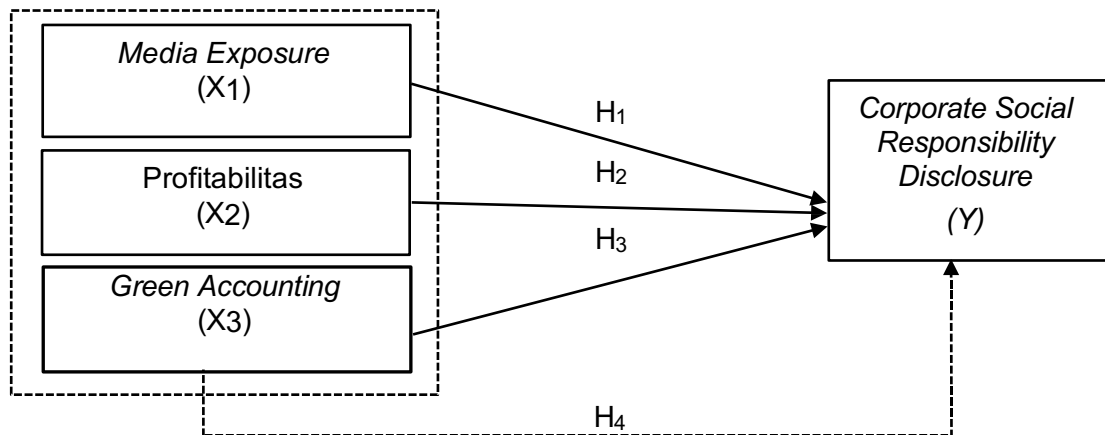
### Green Accounting

*Green accounting* atau akuntansi hijau merupakan cabang akuntansi yang mengintegrasikan aspek lingkungan ke dalam sistem akuntansi tradisional. (Andi Yuliana, M. Wahyuddin Abdullah, 2018) mendefenisikan bahwa *green accounting* mencakup proses sistematis dalam mengidentifikasi, mengakui, mengukur, menyajikan, dan mengungkapkan semua biaya yang di dikeluarkan oleh perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas lingkungan melalui pencegahan, pengurangan, atau eliminasi dampak merugikan terhadap lingkungan. Dalam praktiknya, *green acounting* melibatkan pencatatan dan pelaporan biaya-biaya lingkungan seperti biaya pencegahan polusi dan pengelolaan limbah, biaya pemulihan lingkungan, biaya untuk memperoleh sertifikasi lingkungan, biaya penelitian dan pengembangan produk ramah limbah, biaya terkait kepatuhan terhadap regulasi lingkungan. Pengungkapan biaya-biaya ini dalam laporan keberlanjutan menunjukkan komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab lingkungan. Dalam penelitian ini, *green accounting* diukur menggunakan pengukuran biaya lingkungan dengan laba bersih setelah pajak yang dapat dilihat dari laporan keberlanjutan perusahaan. Rumus biaya lingkungan yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{Biaya lingkungan} = \frac{\text{Environmental Cost}}{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}} \times 100\%$$

Berdasarkan uraian di atas, kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat

digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 1. Kerangka Berpikir**

Keterangan :

————— : Parsial

----- : Simultan

Berdasarkan gambar kerangka konseptual diatas peneliti akan:

1. Menguji *media exposure* secara parsial terhadap *corporate social responsibility disclosure* pada sektor kesehatan.
2. Menguji profitabilitas secara parsial terhadap *corporate social responsibility disclosure* pada sektor kesehatan.
3. Menguji *green accounting* secara parsial terhadap *corporate social responsibility disclosure* pada sektor kesehatan.
4. Menguji *media exposure*, profitabilitas, dan *green accounting* secara simultan terhadap *corporate social responsibility disclosure* pada sektor kesehatan.

### **Pengembangan Hipotesis**

#### **Pengaruh Media Exposure terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure**

*Media exposure* merupakan alat komunikasi perusahaan di berbagai saluran media yang mempengaruhi persepsi publik. Sektor kesehatan sangat sensitif terhadap isu sosial dan lingkungan karena berkaitan langsung dengan kesehatan masyarakat, keamanan produk, dan etika bisnis. Sebagai sarana penyebaran informasi dan alat kontrol sosial, *media exposure* yang tinggi dapat meningkatkan tekanan publik dan ekspektasi masyarakat, sehingga perusahaan lebih mudah diamati dan dikritik. Sorotan media yang intens tidak selalu berdampak positif, terutama jika pemberitaan bersifat kritis atau menyoroti isu-isu sensitif terkait aktivitas perusahaan. *Legitimacy theory* menjelaskan bahwa *media exposure* tinggi mendorong perusahaan menyesuaikan perilaku organisasi dengan ekspektasi stakeholder untuk mempertahankan legitimasi. Namun, tekanan media

yang kritis dapat mendorong perusahaan membatasi pengungkapan CSR, terutama aspek kontroversial, sebagai strategi protektif. Perusahaan dengan visibilitas tinggi memandang pengungkapan CSR tambahan kurang bermanfaat dan justru berisiko meningkatkan pengawasan serta ekspektasi *stakeholder* yang sulit dipenuhi. Penelitian ini sejalan dengan temuan (Saputri & Setyowati, 2024) bahwa *media exposure* berpengaruh negatif signifikan terhadap CSR Disclosure.

H1: *Media Exposure* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

### **Pengaruh Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure**

Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktivitas operasional yang diukur melalui rasio keuangan seperti Return on Equity (ROE), Gross Profit Margin, dan Net Profit Margin (Zetta et al., 2022). Berdasarkan *stakeholder theory*, perusahaan dengan profitabilitas tinggi memiliki kapasitas finansial lebih besar untuk mengalokasikan sumber daya guna memenuhi kepentingan *stakeholder*, termasuk melalui program CSR disclosure. Dalam perspektif *legitimacy theory*, perusahaan *profitable* cenderung meningkatkan pengungkapan CSR untuk memperkuat legitimasi sebagai entitas yang bertanggung jawab secara sosial dan memberikan sinyal kepada *stakeholder* tentang kemampuan memenuhi ekspektasi kontribusi sosial dan ekonomi. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Wijaya & Murti, 2025a), (Totanan et al., 2022a), dan (Yarah Shintia, 2023) yang menunjukkan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

H2: Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

### **Pengaruh Green Accounting terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure**

*Green accounting* merupakan praktik akuntansi yang mengintegrasikan dimensi lingkungan dalam pengukuran, pengakuan, dan pelaporan keuangan perusahaan, meliputi identifikasi, alokasi, dan pelaporan biaya lingkungan seperti pengelolaan limbah, kepatuhan regulasi, dan investasi teknologi ramah lingkungan ((Soesanto, 2022); (Ahmad Ghufon Al Majid Wardana, 2024). Berdasarkan *stakeholder theory*, informasi lingkungan dalam *green accounting* mendorong transparansi pengungkapan CSR sebagai bentuk akuntabilitas kepada pemangku kepentingan dengan menginternalisasi *environmental externalities* ke dalam sistem akuntansi dan pengambilan keputusan. Dalam perspektif *legitimacy theory*, *green accounting* dan pengungkapan CSR komprehensif menjadi strategi mempertahankan legitimasi sosial menghadapi tekanan *stakeholder* terkait isu lingkungan, khususnya di sektor kesehatan yang menghadapi *legitimacy gap* dalam pengelolaan limbah medis, penggunaan plastik sekali pakai, emisi fasilitas kesehatan, dan jejak karbon rantai pasokan farmasi. Transparansi pengungkapan informasi lingkungan melalui CSR Disclosure esensial untuk menutup *legitimacy gap* dan membangun kepercayaan publik bahwa perusahaan beroperasi dengan prinsip tanggung jawab lingkungan, bukan semata-mata berorientasi profit.

---

Penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh (Tanjung et al., 2024a) yang menemukan bahwa *green accounting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

H3 : *Green Accounting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

### **Pengaruh Media Exposure, Profitabilitas, dan Green Accounting terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure.**

*Media exposure*, profitabilitas, dan *green accounting* secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR melalui mekanisme yang saling berinteraksi. Berdasarkan *stakeholder theory* dan *legitimacy theory*, *media exposure* memperkuat tekanan eksternal *stakeholder*, profitabilitas menyediakan kapasitas internal untuk mengalokasikan sumber daya CSR, sedangkan *green accounting* menyediakan infrastruktur manajerial berupa sistem informasi dan dokumentasi yang memfasilitasi pengungkapan kredibel. Interaksi ketiga faktor menciptakan dinamika kompleks dimana perusahaan dengan profitabilitas tinggi dan *green accounting* matang memiliki kapasitas meningkatkan pengungkapan CSR, namun keputusan tersebut dimoderasi oleh paparan media tinggi mendorong strategi defensif, sementara perusahaan dengan profitabilitas rendah tetap dapat meningkatkan pengungkapan jika menghadapi tekanan legitimasi dari *media exposure* tinggi. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Tanjung et al., 2024a) yang menunjukkan ketiga variabel tersebut secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

H4 : *Media Exposure*, Profitabilitas , dan *Green Accounting* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif yang menekankan pada hubungan kasual. Penelitian dilakukan pada perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder, dimana data berupa *annual report*, laporan keuangan dan sustainability report perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2024, dapat diakses melalui website resmi Bursa Efek Indonesia, [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan situs masing-masing perusahaan. Metode pengumpulan data digunakan yaitu studi dokumentasi dan studi kepustakaan. Studi dokumentasi mengumpulkan data dan informasi dari laporan buku, website, dan laporan keuangan perusahaan sektor kesehatan. Studi kepustakaan menggunakan buku, literatur, atau dengan pemanfaatan media internet. Populasi penelitian terdiri dari seluruh perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2024 sebanyak 38 perusahaan. Sampel dipilih menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria: (1) Perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2024; (2) Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan tahunan dan laporan keberlanjutan secara lengkap selama periode pengamatan. Sampel akhir terdiri dari 12 perusahaan dengan

menghasilkan 48 observasi perusahaan.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Menurut (Hardani, 2020), analisis regresi berganda digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan kasual antara dua atau lebih variabel, serta menjelaskan hubungan antara variabel dependen dan independen. Analisis data menggunakan software SPSS 26. Penelitian ini juga melakukan uji asumsi klasik dan analisis korelasi berganda dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ). Hipotesis diuji menggunakan uji t (untuk pengaruh parsial) dan uji F (untuk pengaruh simultan), dengan tingkat signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Statistik Deskriptif

Tabel 2 Hasil Uji Deskriptif

| Descriptive Statistics |    |         |         |         |                |
|------------------------|----|---------|---------|---------|----------------|
|                        | N  | Minimum | Maximum | Mean    | Std. Deviation |
| Media Exposure         | 48 | 0       | 1       | .75     | .438           |
| Profitabilitas         | 48 | -.6982  | .3632   | .076933 | .1596108       |
| Green Accounting       | 48 | -.0058  | .1308   | .016401 | .0241995       |
| CSR Disclosure         | 48 | .1978   | .7802   | .397436 | .1490335       |
| Valid N (listwise)     | 48 |         |         |         |                |

Sumber : Data Diolah, 2026

Berdasarkan tabel statistik diatas, sampel (N) variabel CSR Disclosure adalah 48 dengan nilai minimum sebesar 0,1978, nilai maksimum sebesar 0,7802. Nilai rata-ratanya 0,397436 dan standar deviasi sebesar 0,14900335. Variabel media exposure memiliki sampel (N) adalah 48 dengan nilai minimum sebesar 0, nilai maksimum sebesar 1. Nilai rata-ratanya sebesar 0,75 dan standar deviasinya sebesar 0,438. Variabel profitabilitas memiliki sampel (N) adalah 48 dengan nilai minimum sebesar -0,9682, maksimum sebesar 0,3632. Nilai rata-ratanya 0,076933 dan standar deviasi sebesar 0,1596108. Variabel green accounting dengan sampel (N) sebanyak 48 dengan nilai minimum sebesar -0,0058, nilai maksimum 0,1308. Nilai rata-ratanya sebesar 0,016401 dan standar deviasi sebesar 0,0241995.

### Uji Asumsi Klasik

### Uji Nomalitas

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test |                |                         |
|------------------------------------|----------------|-------------------------|
|                                    |                | Unstandardized Residual |
| N                                  |                | 48                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>   | Mean           | .0000000                |
|                                    | Std. Deviation | .12876549               |
| Most Extreme Differences           | Absolute       | .137                    |
|                                    | Positive       | .137                    |

|                                 |          |                   |
|---------------------------------|----------|-------------------|
|                                 | Negative | -.064             |
| Kolmogorov-Smirnov Z            |          | .137              |
| Asymp. Sig. (2-tailed)          |          | .025 <sup>c</sup> |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed)     |          | .301 <sup>d</sup> |
|                                 |          |                   |
| a. Test distribution is Normal. |          |                   |
| b. Calculated from data.        |          |                   |

Sumber: Data Diolah SPSS, 2026

Dari tabel diatas, nilai Kolmogoror -Smirnov menggunakan pendekatan Monte Carlo sig. Dengan nilai 0,137 pada tingkat signifikan sebesar 0,301. Nilai residual menunjukkan berdistribusi normal, karena nilai signifikan lebih besar dari nilai 0,005.

### Uji Multikolinieritas

**Tabel 4 Hasil Uji Multikolinieritas**

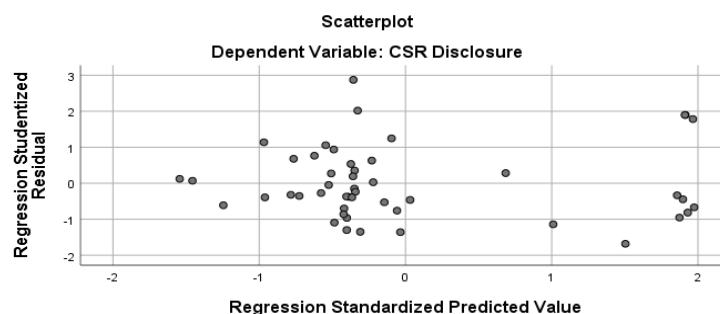
| Coefficients <sup>a</sup> |                        |       |
|---------------------------|------------------------|-------|
| Model                     | Collinearity Statistic |       |
|                           | Tolerance              | VIF   |
| (Constantant)             |                        |       |
| 1 Media Exposure          | .871                   | 1.148 |
| Profitabilitas            | .922                   | 1.085 |
| Green Accounting          | .935                   | 1.069 |

a. Dependent Variable: CSR Disclosure

Sumber Data Diolah SPSS, 2026

Dari tabel 4 diatas, nilai VIF dari masing-masing variabel independen untuk *Media Exposure*, *Profitabilitas*, *Green Accounting* sebesar 1,148, 1,085, 1,069. Selain itu, tingkat tolerancinya masing-masing sebesar 0,871, 0,922, 0,935. Setiap variabel independen memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai Tolerance lebih besar dari 0,001, menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas dalam penelitian ini.

### Uji Heteroskedastisitas



**Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Pada gambar scatterplot titik-titik tidak membentuk pola tertentu dan sudah menyebar diatas dan dibawah 0 pada sumbu Y, akibatnya gambar scatterplot

menunjukkan tidak memiliki masalah heteroskedastisitas.

### Uji Autokolerasi

**Tabel 5 Hasil Uji Runs Test**

| Runs Test                   |                         |
|-----------------------------|-------------------------|
|                             | Unstandardized Residual |
| Test Value <sup>a</sup>     | -.03520                 |
| Cases < Test Value          | 22                      |
| Cases >= Test Value         | 23                      |
| Total Cases                 | 45                      |
| Number of Runs              | 21                      |
| Z                           | -.600                   |
| Asymp. Sig. (2-tailed)      | .548                    |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed) | .557                    |

Sumber: Olah Data SPSS, 2026

Uji autokolerasi menggunakan beberapa tahap pengujian. Pertama Uji Durbin-Watson hasilnya menunjukkan terjadinya autokorelasi. Kedua, metode *Cochrane-Orcutt* namun tetap menunjukkan adanya gejala autokorelasi. Pengujian korelasi dialihkan menggunakan Runs Test sebagai metode alternatif yang lebih robust untuk mendeteksi adanya atau tidak gejala autokorelasi. Uji Runs test, berdasarkan tabel 5 nilai Runs Test pada Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,548. Nilai signifikan tersebut lebih besar dari tingkat signifikan yang ditentukan, yaitu  $\alpha = 0,05$  ( $0,548 > 0,05$ ). Hasil ini juga diperjelas oleh nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) sebesar 0,557, menunjukkan lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan, apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,005. Selain itu, nilai Z sebesar -0,600 yang mendekati nol semakin memperjelas bahwa residual bersifat acak (random) dan tidak menunjukkan penyimpangan yang signifikan. Maka residual bersifat acak (random) dan tidak terjadi autokolerasi.

### Uji Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 6 Hasil Analisis Linier Berganda**

|       |                  | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           | t      | Sig. |
|-------|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model |                  | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |        |      |
|       |                  | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1     | (Constant)       | .321                        | .032       |                           | 9.929  | .000 |
|       | Media Exposure   | -.156                       | .055       | -.424                     | -2.842 | .007 |
|       | Profitabilitas   | .022                        | .123       | .026                      | .177   | .861 |
|       | Green Accounting | -.516                       | .795       | -.094                     | -.649  | .520 |

a. Dependent Variable: CSR Disclosure

Sumber : Data Olah SPSS, 2026

Berdasarkan tabel diatas, model regresi linier berganda antara variabel

independen dan variabel dependen dapat dilihat dalam persamaan berikut:

$$CSR\ Disclosure = 0,321 - 0,156X_1 + 0,22X_2 - ,516X_3 + \varepsilon$$

1. Nilai konstanta sebesar 0,321, menunjukkan nilai semua variabel independen *Media Exposure*, Profitabilitas, dan *Green Accounting* dianggap tidak mengalami perubahan (konstan), maka nilai *Corporate Social Responsibility Disclosure* adalah sebesar 0,321.
2. Nilai koefisien *Media Exposure* sebesar -0,156 bernilai negatif, menunjukkan jika terjadi penurunan nilai variabel *Media Exposure* sebesar satu satuan maka nilai *Corporate Social Responsibility Disclosure* akan menurun sebesar -0,156.
3. Nilai koefisien Profitabilitas sebesar 0,022 bernilai positif, menunjukkan jika terjadi kenaikan nilai variabel Profitabilitas sebesar satu satuan maka nilai *Corporate Social Responsibility Disclosure* cenderung meningkat sebesar 0,022.
4. Nilai *Green Accounting* sebesar -0,516 bernilai negatif, menunjukkan jika terjadi penurunan nilai *Green Accounting* sebesar satu satuan maka nilai *CSR Disclosure* akan turun sebesar -0,516.

### Uji Hipotesis

#### Uji Parsial (Uji t)

**Tabel 7 Hasil Uji Parsial (Uji t)  
Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |                  | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|-------|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|       |                  | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1     | (Constant)       | .321                        | .032       |                           | 9.929  | .000 |
|       | Media Exposure   | -.156                       | .055       | -.424                     | -2.842 | .007 |
|       | Profitabilitas   | .022                        | .123       | .026                      | .177   | .861 |
|       | Green Accounting | -.516                       | .795       | -.094                     | -.649  | .520 |

a. Dependent Variable: CSR Disclosure

Sumber : Data Olah SPSS, 2026

Berdasarkan tabel 7 diatas, hasil uji signifikan parsial dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Media Exposure* memiliki nilai koefisien sebesar -,156 dan nilai signifikan 0,007. Nilai koefisien regresi variabel *Media Exposure* bernilai negatif dan signifikannya dibawah nilai signifikan ( $0,007 < 0,05$ ). Dengan demikian, variabel *Media Exposure* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *CSR Disclosure*.
2. Profitabilitas memiliki nilai koefisien sebesar 0,022 dan nilai signifikan sebesar 0,861. Nilai koefisien regresi variabel Profitabilitas bernilai positif dan nilai signifikan diatas nilai signifikansi ( $0,861 > 0,05$ ), menunjukkan variabel Profitabilitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *CSR Disclosure*.
3. Temuan sig-t menunjukkan bahwa nilai koefisien *Green Accounting* sebesar -0,516 dan nilai signifikansi sebesar 0,520. Nilai regresi *Green Accounting* bernilai negatif dan nilai signifikansinya diatas nilai signifikansi ( $0,520 > 0,05$ ), menunjukkan variabel *Green Accounting* berpengaruh negatif dan tidak

signifikan terhadap CSR *Disclosure*.

### Uji Simultan (Uji F)

**Tabel 8. Hasil Uji Simultan (Uji F)**

| ANOVA <sup>a</sup> |                |    |             |       |                   |
|--------------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| Model              | Sum of Squares | df | Mean Square | F     | Sig.              |
| Regression         | .130           | 3  | .043        | 2.801 | .052 <sup>b</sup> |
| Residual           | .632           | 41 | .015        |       |                   |
| Total              | .761           | 44 |             |       |                   |

Sumber: Olah Data SPSS, 2026

Berdasarkan tabel Anova di atas, nilai F sebesar 2,801 dan tingkat signifikansinya sebesar 0,052, menunjukkan bahwa nilai signifikansinya lebih kecil dari tingkat signifikansinya ( $0,052 > 0,05$ ). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel *Media Exposure*, Profitabilitas, dan *Green Accounting* secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR *Disclosure*.

### Uji Koefisien Determinasi (Uji R)

**Tabel 9. Hasil uji Koefisien Determinasi (Uji R<sup>2</sup>)**

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                   |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R Square |
| 1                          | .412 <sup>a</sup> | .170     | .109              |

Sumber: Olah Data SPSS, 2026

Dari hasil tabel Model Summary diatas, diketahui nilai Adjusted R Square sebesar 0,109 atau sebesar 10,9%, variabel *Media Exposure*, Profitabilitas, dan *Green Accounting* mampu menjelaskan hingga 10,9% dari CSR *Disclosure*. Sementara, sisanya sebesar 89,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar dalam penelitian ini.

## Pembahasan

### Pengaruh *Media Exposure* Secara Parsial Terhadap CSR *Disclosure*

Temuan pengujian t, nilai koefisien regresi *Media Exposure* sebesar -0,16 dan signifikan sebesar 0,007 lebih kecil dari 0,05. Temuan ini mengindikasikan variabel *Media Exposure* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap CSR *Disclosure*. Hal ini menunjukkan paparan media yang semakin tinggi yang diterima perusahaan akan tingkat pengungkapan CSR secara signifikan cenderung akan menurun. Pernyataan ini mendukung *theory legitimacy* yang menyatakan bahwa semakin tinggi paparan media terutama dalam pemberitaan kritis atau negatif maka semakin meningkat tekanan publik terhadap perusahaan sehingga perusahaan lebih desensif dalam mengungkapkan kegiatan pengungkapan CSR. Maka hasil hipotesis pertama (H1) diterima.

Hasil ini sejalan dengan teori temuan oleh (Saputri & Setyowati, 2024) (Mashuri & Ermaya, 2020), yang menyatakan bahwa *Media Exposure* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap CSR *Disclosure*. Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Tanjung et al., 2024), yang mengemukakan *Media Exposure*

---

secara parsial memiliki pengaruh terhadap CSR *Disclosure*.

### **Pengaruh Profitabilitas Secara Parsial Terhadap CSR *Disclosure***

Temuan pengujian t, nilai koefisien regresi Profitabilitas sebesar 0,022 dan signifikasinya sebesar 0,861 lebih besar dari 0,05. Temuan ini mengindikasikan Profitabilitas berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap CSR *Disclosure*. Artinya apabila Profitabilitas meningkat, maka CSR *Disclosure* juga meningkat namun tidak signifikan.

Berdasarkan *stakeholder*, keuntungan yang diterima oleh perusahaan tidak secara langsung menjadi faktor dalam menentukan peningkatan dalam keputusan pengungkapan CSR perusahaan sektor kesehatan. Sektor kesehatan memiliki karakteristik biaya operasional yang tinggi dan kebutuhan investasi jangka panjang dalam teknologi medis, sumber daya manusia, dan fasilitas pelayanan. Sehingga laba yang diperoleh lebih diprioritaskan untuk penguatan kapasitas operasional ini dibandingkan untuk perluasan program pengungkapan CSR. Berdasarkan *legitimacy theory*, pengungkapan CSR pada sektor kesehatan tidak sepenuhnya dilakukan kemampuan finansial, namun tindakan memperoleh dan mempertahankan legitimasi sosial. Perusahaan tetap melaksanakan pengungkapan CSR meskipun profitabilitas mengalami fluktuasi, karena pengungkapan tersebut merupakan respons terhadap tekanan regulasi dan ekspektasi pemangku kepentingan. Maka hasil Hipotesis kedua (H2) tidak diterima.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Tanjung et al., (2024), menemukan Profitabilitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR *Disclosure*. Namun penelitian ini bertolak belakang dengan temuan Totanan et al., (2022); Wijaya & Murti, (2025); Yarah Shintia, (2023) yang menghasilkan Profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap CSR *Disclosure*.

### **Pengaruh Green Accounting Secara Parsial Terhadap CSR *Disclosure***

Hasil pengujian t, nilai koefisien regresi sebesar -0,516 dan nilai signifikansi sebesar 0,520 > 0,05. Berdasarkan *stakeholder theory* penerapan *Green Accounting* belum menjadi faktor determinan utama dalam mendorong peningkatan pengungkapan CSR pada perusahaan sektor kesehatan. Pencatatan biaya lingkungan pada sektor kesehatan masih bersifat administratif dan beroperasi pada kepatuhan regulasi, bukan sebagai dasar penyusunan pengungkapan laporan CSR, para *stakeholder* lebih berfokus pada layanan medis, keselamatan pasien, dan kinerja keuangan perusahaan. Berdasarkan *legitimacy theory*, *green accounting* merupakan strategi untuk menutup *legitimacy gap* yang muncul akibat tekanan isu lingkungan, seperti pengelolaan limbah medis, dan emisi karbon rantai pasokan semata. Belum diintegrasikan secara sistematis kedalam penyusunan laporan CSR. Maka hipotesis ketiga ditolak.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Wijaya & Murti, (2025) dan (Saputri & Setyowati, 2024) yang mengemukakan *green Accounting* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap CSR *Disclosure*. Namun tidak sejalan dengan Tanjung et al.,

(2024), yang menyatakan *Green Accounting* memiliki pengaruh signifikan terhadap *CSR Disclosure*.

### **Pengaruh *Media Exposure*, Profitabilitas, dan *Green Accounting* secara Simultan terhadap *CRS Disclosure***

Hasil uji simultan (Uji F) menunjukkan nilai F hitung sebesar 2,801 dan nilai signifikansinya 0,052 lebih besar dari nilai signifikansi yaitu 0,05. Dengan demikian variabel *Media Exposure*, Profitabilitas, dan *Green Accounting* secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap *CSR Disclosure*, sehingga hipotesis H4 tidak diterima. Nilai Adjusted R<sup>2</sup> sebesar 0,109 atau 10,9% menunjukkan ketiga variabel independen tersebut mampu menjelaskan variasi *CSR Disclosure*, sedangkan sisanya 89,1% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model ini. Berdasarkan *stakeholder theory* dan *legitimacy theory* menekankan bahwa pengungkapan CSR merupakan hasil interaksi simultan antara faktor eksternal dan internal perusahaan.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan temuan Tanjung et al., (2024).

Yang menemukan bahwa *Media Exposure*, Profitabilitas, dan *Green Accounting* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *CSR Disclosure*.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengujian dan evaluasi hipotesis diatas, maka terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Media Exposure* perusahaan sektor kesehatan yang tercatat di BEI periode 2021-2024 memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *CSR Disclosure*.
2. Profitabilitas perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di BEI periode 2021-2024 berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *CSR Disclosure*.
3. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan pooled data dengan regresi linier berganda (OLS) yang tidak mengontrol heterogenitas antar perusahaan (firm-specific effects). Untuk peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan penggunaan regresi data panel untuk hasil yang lebih robust.
4. *Green Accounting* pada perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di BEI periode 2021-2024 berpengaruh negatif dan tidak signifikan.
5. *Media Exposure*, Profitabilitas, dan *Green Accounting* yang terdaftar di BEI periode 2021-2024 secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap *CSR Disclosure*.
6. Nilai adjusted R<sup>2</sup> sebesar 10,9% dari variasi *CSR Disclosure* dapat dijelaskan *Media Exposure*, Profitabilitas, dan *Green Accounting*. Sementara 89,1% ditentukan oleh faktor lain diluar penelitian.

### **Keterbatasan**

1. Dalam penelitian terdapat populasi sebanyak 38 dan sampel sebanyak 12 perusahaan sektor kesehatan di BEI.
2. Untuk menjelaskan variasi *CSR Disclosure* hanya mampu sebesar 10,9%

- 
- (Adjusted  $R^2$ ), menunjukkan variabel lain yang tidak dapat dimasukkan dalam model memiliki pengaruh yang lebih besar.
3. Indikator *media exposure* menggunakan variabel *dummy* (0/1) yang bersifat dikotomis, sehingga tidak sepenuhnya menangkap variasi intensitas dan frekuensi *media exposure*.
  4. Periode penelitian 2021-2024 mencakup fase pandemi COVID-19 yang menunjukkan kondisi tidak normal, sehingga hasil mungkin tidak sepenuhnya dapat digeneralisasi ke periode normal.

### Saran

1. Diharapkan penelitian dimasa depan dapat menambah jumlah periode pengamatan sehingga hasil penelitiannya semakin lebih baik dan dapat menganalisis tren pengungkapan CSR dalam waktu yang jangka panjang dan menggunakan objek penelitian lain. Menambah variabel lain yang diduga berpengaruh terhadap CSR *Disclosure*, untuk mengikuti perkembangan kebaruan item yang digunakan dalam menentukan CSR *Disclosure*, seperti GRI G4 terbaru yang lebih rinci terhadap sektor kesehatan.
2. Bagi investor dapat mempertimbangkan aspek non-keuangan seperti tingkat kualitas pengungkapan CSR, pengelolaan limbah, serta penerapan *green accounting* yang terdapat dalam laporan keberlanjutan perusahaan bukan hanya aspek kinerja keuangan dalam pengambilan keputusan investasi.
3. Bagi perusahaan dapat mengembangkan pengungkapan CSR yang lebih terbuka dan memanfaatkan *platform* media untuk membangun kepercayaan masyarakat.
4. Bagi regulator dapat memperkuat standarisasi dan pengawasan pelapora keberlanjutan, terutama di bidang sektor kesehatan yang memiliki dampak sosial dan lingkungan yang tinggi.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Ghufon Al Majid Wardana. (2024). Akuntansi Lingkungan dalam Teori dan Praktek. Jurnal Akuntansi, Keuangan, Perpajakan Dan Tata Kelola Perusahaan, 1(3), 40–44. <https://doi.org/10.59407/jakpt.v1i3.475>
- Alfariz, R., & Widiastuti, H. (2021). The Influence of Media Exposure , Managerial Ownership , and the Indonesia Sustainability Reporting Award on Corporate Social Responsibility ( CSR ) Disclosure. 176(ICoSIAMS 2020), 259–266.
- Andi Yuliana, M. Wahyuddin Abdullah. (2018). Corporate Environmental Responsibility: An Effort To Develop A Green Accounting Model. Jurnal Akuntansi, 22(3), 305.
- Aulia Putri Utami, Arham Rasyid Andi Kunna, Sri Sundari, & Afdal Madein. (2023). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan: Systematic Literature Review. Ar-Rihlah: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah, 03(01), 1–11.
- Bloomberg Intelligence. (2021, February). ESG assets may hit \$53 trillion by 2025, a third of global AUM | Insights | Bloomberg Professional Services. Bloomberg Professional Services.
- Bursa efek Indonesia. (2024). Search Result. Bursa Efek Indonesia. <https://www.idx.id/>
- Cakti, R. R., Setiawan, D., & Aryani, Y. A. (2022). Board Diversity and Corporate Social Responsibility Disclosure in ASEAN Banking Industry. Accounting

- Analysis Journal, 11(1), 10–20. <https://doi.org/10.15294/aaj.v11i1.54287>
- Ciawi, Y., Dwipayanti, N. M. U., & Wouters, A. T. (2024). Pengelolaan Limbah Medis Rumah Sakit yang Berkelanjutan: Eksplorasi Strategi Ekonomis dan Ramah Lingkungan. *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 22(2), 365–374. <https://doi.org/10.14710/jil.22.2.365-374>
- Corporate Sustainability Reporting Directive -PwC. (n.d.). Retrieved February 14, 2026, from <https://www.pwc.nl/>
- Dwi Ekasari Harmadji. (2020). Personal Social Responsibility Sebagai Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial Untuk Meningkatkan Stakeholder Value. *Journal of Public and Business Accounting*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.31328/jopba.v1i1.77>
- Edgar Tanaya, P. (2016). Tinjauan Sosiologi Hukum Terhadap Corporate Social Responbility (Csr) Sebagai Etika Bisnis Dan Etika Sosial. *Jurnal Komunikasi Hukum (JKH)*, 2(2), 268–273. <https://doi.org/10.23887/jkh.v2i2.8417>
- Hardani. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif (H. Abadi, Ed.). CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Kusuma Adi, B., Joko, T., & Setiani, O. (2023). Analysis Of Hazardous Medical Waste In Dr. Soehadi Prijonegoro Hospital Using A Life Cycle Assessment Approach. *Sanitasi: Jurnal Kesehatan Lingkungan*, 16(1), 9–19. <https://doi.org/10.29238/sanitasi.v16i1.1675>
- 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>
- Nisaa, R. K., & Hidayati, C. (2025). The Impact of Green Accounting, Environmental Disclosure, and Company Characteristics on Firm Value. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(1), 184–197. <https://doi.org/10.60036/jbm.v5i1.333>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017, July). POJK Nomor 51/POJK.03/2017. Otoritas Jasa Keuangan.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023, August). Hukumonline Pro - Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 14 Tahun 2023. Otoritas Jasa Keuangan.
- Pratikto, A., Silalahi, E. E., & Hena, E. (2022). Keterkaitan Profitabilitas Perusahaan Dengan Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perusahaan. *Prosiding Working Papers Series In Management*, 14(2), 639–643. <https://doi.org/10.25170/wpm.v14i2.4234>
- Pratiwi, W. Y. (2025). Pengaruh Profitabilitas dan Kinerja Lingkungan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Sub Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2022-2023. 3(Idx), 585–598.
- Pristi, K. M., & Bandiyono, A. (2024). Tren dan Pola Dalam Adopsi Standar Pelaporan Global Reporting Initiative (GRI) Oleh Perusahaan BUMN di Indonesia: Scoping Review. *Indonesian Accounting Research Journal*, 4(3), 305–318.
- Putri, A. A. (2024). Integritas Green Accounting , Tanggung Jawab Sosial , dan Profitabilitas : Menciptakan Nilai Berkelanjutan bagi Perusahaan Abstrak transparansi dan akuntabilitas dalam laporan keuangan yang mempertimbangkan faktor- kepercayaan investor serta konsumen . *Ol. Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi MH Thamrin*, 5(2), 520–530.
- Saputri, N. V. D., & Setyowati, L. (2024). Pengaruh Green Accounting, Firm Size, Media Exsposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 1333–1350. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3849>

- 
- Simposium, P., Multidisiplin, N., Tangerang, U. M., Sarra, H. D., & Alamsyah, S. (2020). Pengaruh Kinerja Lingkungan , Citra Perusahaan dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan CSR. 2, 410–417.
- Soesanto, S. (2022). Akuntansi Lingkungan Menuju Ekonomi Hijau Perspektif Relasi Natural Sustainability Dengan Keberlanjutan Bisnis. Account, 9(1), 1581–1589. <https://doi.org/10.32722/acc.v9i1.4580>
- Tanjung, R. N., Mayang, S., & Khaddafi, M. (2024). The Effect of Green Accounting , Profitability , and Media Exposure on Corporate Social Responsibility Disclosure ( Empirical Study on LQ45 Index Companies for the 2019-2022 Period ). 8(1), 60–70. <https://doi.org/10.32832/pkm>
- Totanan, C., Mapparessa, N., Muliati, M., & Mile, Y. (2022). Pengaruh Tanggung Jawab Lingkungan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. Accounting Profession Journal, 4(2), 12–32. <https://doi.org/10.35593/apaji.v4i2.41>
- United nations. (20215). Mengubah dunia kita: Agenda 2030 untuk Pembangunan Berkelanjutan | Departemen Urusan Ekonomi dan Sosial. United Nations. <https://sdgs.un.org/2030agenda>
- Vivianita, A., & Nafasati, F. (2019). Pengaruh environmental performance terhadap kinerja keuangan dengan corporate governance sebagai variabel pemoderasi (studi kasus perusahaan tambang yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2014-2016). Jurnal Riset Ekonomi Pembangunan, 3(1), 295–305.
- Wijaya, M. R., & Murti, G. T. (2025). Pengaruh Profitabilitas , Green Accounting , dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi pada Perusahaan Sektor Energi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2023). (40).
- Yarah Shintia, C. I. M. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Kinerja Lingkungan Dan Media Exposure Terhadap Pengukapan CSR Perusahaan Pertambangan. Accident Analysis and Prevention, 183(2), 153–164.
- Zetta, Z. Z., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) di Perusahaan. Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (JPPM), 2(3), 539. <https://doi.org/10.24198/jppm.v2i3.37123>