

Pengaruh *Corporate Governance*, Pertumbuhan Perusahaan, dan *Media Exposure* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Kasus Pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclical* yang Terdaftar Pada BEI Tahun 2018-2021)

Willy Sri Yuliandhari¹, Ninda Kusuma Wulandari^{2*}

^{1,2}Universitas Telkom

¹⁾willyyuliandhari@telkomuniversity.ac.id,

²⁾nindakusumawulandari@student.telkomuniversity.ac.id

Corresponding Author

Diajukan : 22 Agustus 2023

Disetujui : 27 Agustus 2023

Dipublikasi : 1 Januari 2024

ABSTRACT

The purpose of this study is to ascertain how corporate governance, company growth, and media exposure affect the disclosure of corporate social responsibility, as well as how these factors interact to affect the disclosure of corporate social responsibility. A company with a non-cyclical consumer base that is listed on the Indonesia stock exchange makes up the study's population. Secondary data from the Indonesia stock exchange are used to collect data. With a purposeful sampling method, 31 samples were used to create the sample. The method of analysis employs multiple linear regression. According to the findings, there is a considerable relationship between corporate governance, business expansion, and media exposure and the disclosure of corporate social responsibility. board independence, board size

Keywords: *Corporate Governance; Corporate Social Responsibility; Growth; Media Exposure*

PENDAHULUAN

Rencana operasional perusahaan yang melibatkan langkah-langkah yang terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR), seperti yang berhubungan dengan pemasaran, hubungan masyarakat, serta dalam mengambil kebijakan investasi. Lain daripada itu berfokus pada menghasilkan keuntungan, perusahaan juga diperlukan pertimbangan terhadap tanggung jawab sosial di masyarakat dan lingkungan sekitarnya (Wahyuningsih & Mahdar, 2018). Upaya perusahaan dalam mendorong perkembangan secara terus-menerus dengan memperhitungkan tanggung jawab sosial dalam dimensi sosial, lingkungan, dan ekonomi, dikenal sebagai CSR atau *Corporate Social Responsibility* (Tiarasandy, 2018). Jika sebuah perusahaan mempraktekkan tanggung jawab sosial dengan efisien, Dengan demikian citra positif akan terbentuk bagi perusahaan tersebut, yang akan meningkatkan keberhasilan secara keseluruhan (Hapsari, Yuliandhari, & Variza, 2019). Tanggung jawab ekonomi, hukum, dan sosial adalah tiga tanggung jawab yang dimiliki dunia usaha terhadap *stakeholder* dan harus dilaksanakan secara kooperatif dan harmonis. Perusahaan saat ini harus lebih sadar terhadap permasalahan sosial dan lingkungan akibat perkembangan global (Abidin & Lestari, 2020). Implementasi CSR merupakan komponen krusial dalam operasional perusahaan yang harus dilakukan. Indonesia termasuk negara yang wajib melakukan pelaksanaan CSR. Hal ini diungkapkan pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas terkhusus dalam pasal 74 ayat 1 yaitu perusahaan dengan aktivitas operasionalnya bergerak dalam bidang dan/atau berhubungan dengan SDA memiliki kewajiban melakukan tanggung jawab sosial serta lingkungan. Sanksi administratif yang meliputi teguran

tertulis sampai dengan pencabutan izin operasional dapat diaplikasikan pada perusahaan yang tidak mematuhi tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pasal 15 dan 34 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal memberikan penjelasan mengenai hal tersebut (Badan Pemeriksa Keuangan, 2007).

Setiap perusahaan berusaha untuk mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin. Adanya pencemaran lingkungan serta mengurangnya SDA adalah contoh permasalahan yang mungkin timbul dalam operasional bisnis (Sukasih & Sugiyanto, 2017). Masalah yang dapat ditimbulkan oleh perusahaan akibat adanya kegiatan operasional mengajukan tuntutan perusahaan untuk lebih peduli akan lingkungan dan masyarakat, oleh karena itu perusahaan wajib melakukan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Indriyani & Yuliandhari, 2022). Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 Paragraf 9 Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) menetapkan praktik pengungkapan CSR diatur di Indonesia bahwa “Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang laporan penting”. UU No.40 Tahun 2007 juga memuat ketentuan pada pasal 66 dan 77 tentang Perseroan Terbatas. Berdasarkan Pasal 66 Ayat 2 Bagian C, perusahaan diwajibkan membuat laporan tahunan (*annual report*) yang memuat informasi mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang mencakup informasi terkait tanggung jawab sosial dan lingkungan. Kenyataannya dalam praktiknya beberapa perusahaan terus menerapkan CSR secara tidak benar dan bertentangan akan peraturan yang berlaku.

Berdasarkan data yang telah diolah oleh penulis pada perusahaan *consumer non-cyclical* selama tahun 2018-2021 ada 112 perusahaan yang terdaftar di dalam BEI, tetapi hanya 31 perusahaan yang konsisten mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan. Hal ini bertentangan dengan UU No. 40 Tahun 2007 yang mengamanatkan perusahaan untuk mengungkapkan tindakan CSR dalam laporan tahunannya berdasarkan ayat 2 Pasal 66 tentang Perseroan Terbatas. Acuan lebih lanjut terdapat pada Pasal 68 UU No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. Meskipun sudah banyak peraturan mengenai CSR, tetap saja masih terdapat Perusahaan yang memiliki permasalahan mengenai pengungkapan CSR.

Indikator pengungkapan CSR diungkapkan dengan menggunakan GRI G4 yang memiliki 91 item. Fenomena pada penelitian ini yaitu rendahnya tingkat pengungkapan CSR pada perusahaan *consumer non-cyclical*. Berdasarkan data yang diolah oleh penulis, terdapat Perusahaan yang mengalami penurunan yaitu PT Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI). MLBI mengungkapkan 72 item pada tahun 2018, tetapi pada tahun 2019 perusahaan hanya mengungkapkan 29 item. Pengungkapan CSR pada MLBI menurun sebanyak 47,25%. Hal ini disebabkan pada tahun 2019 MLBI tidak mengungkapkan beberapa item seperti aspek keberadaan pasar, aspek, aspek emisi, keanekaragaman hayati, aspek kepatuhan, aspek energi, aspek efluen dan limbah, aspek keselamatan dan kesehatan kerja, aspek hubungan industrial, aspek asesmen pemasok atas praktik ketenagakerjaan, aspek mekanisme pengaduan masalah ketenagakerjaan, aspek kesetaraan remunerasi perempuan dan laki-laki, kategori masyarakat, kategori hak asasi manusia, serta kategori tanggung jawab atas produk. Hal ini membuat rata-rata keseluruhan tingkat pengungkapan CSR dari tahun 2018 ke tahun 2019 menurun 2%. Selain itu, rata-rata tingkat pengungkapan CSR pada perusahaan *consumer non-cyclical* pada tahun 2018-2021 meningkat tetapi hasil rata-rata tidak lebih dari 50%. Hal ini terjadi dikarenakan pada tahun 2018-2021 masih banyak perusahaan yang belum sesuai dengan indeks GRI G4. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada perusahaan *consumer non-cyclical* masih rendah pengungkapan CSR nya. Hal ini dapat memperlihatkan bahwa pengungkapan CSR melalui laporan tahunan maupun laporan keberlanjutan belum bisa dikatakan baik.

Beberapa faktor yang diduga mempengaruhi pengungkapan CSR menurut (Sukasih & Sugiyanto, 2017) dan (Yuliandhari & Angraini, 2022) adalah *corporate governance*, pertumbuhan perusahaan, dan *media exposure*. Menurut (Al Maeeni, Ould, Ellili, & Nobanee, 2022) *corporate governance* dapat diukur dengan *board size*, *board independent*, dan *women on board*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Damayanty, Prihanto, & Fairuzzaman, 2021) berpengaruh pada pengungkapan CSR. Sedangkan penelitian oleh (Mappadang, 2021) tidak

berpengaruh pada pengungkapan CSR. Temuan penelitian (Wigrhayati, 2020) pertumbuhan perusahaan berdampak kepada pengungkapan CSR. Sedangkan dalam hasil penelitian (Tasya, 2017) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Adapun temuan penelitian (Yasin, 2020) menyatakan bahwa *media exposure* memiliki pengaruhnya kepada CSR. Selain itu, temuan penelitian oleh (Sparta & Rheadanti, 2019) yaitu tidak berpengaruhnya *media exposure* terhadap pengungkapan CSR.

Riset atau kajian ini didasari oleh teori *stakeholder* yang mengatakan bahwa kegiatan operasional yang dilakukan oleh suatu bisnis harus bisa bermanfaat bagi para *stakeholder* dan tidak hanya untuk kepentingan dirinya sendiri. R. Edward Freeman pertama kali menemukan teori *stakeholder* pada tahun 1984, yang menegaskan bahwa teori *stakeholder* merupakan teori tentang organisasional manajemen serta etika bisnis yang meneliti moral dan nilai dari pengaturan organisasi dalam berbisnis (Freeman, 1984). Menurut teori *stakeholder*, suatu perusahaan tidak hanya mewakili kebutuhan pemilikinya, namun juga semua pihak lain yang terkait atau terkena dampak operasinya (Putri & Yuliandhari, 2020).

STUDI LITERATUR

Penelitian Terdahulu

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah cara bisnis menginformasikan kepada publik tentang upaya tanggung jawab sosial mereka dalam mengelola lingkungan, masyarakat, dan ekonomi. Standar GRI (Global Reporting Initiative) Dipergunakan sebagai sarana untuk berkomunikasi mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. dalam laporan tahunan serta laporan berkelanjutan.. Tujuan GRI, sebuah organisasi non-pemerintah, adalah untuk mendukung pelaporan inisiatif tata kelola, sosial, dan lingkungan (Indriyani & Yuliandhari, 2022). Dalam laporan tahunan serta laporan keberlanjutan yang diterbitkan perusahaan, upaya CSR biasanya diungkapkan. Dengan jumlah yang signifikan dari perusahaan yang tercatat dalam bursa efek serta kepemilikan sahamnya oleh masyarakat, pengungkapan CSR dapat membantu perusahaan berkomunikasi dengan investor dan masyarakat sehingga tidak akan terjadi kesalahpahaman dalam mendapatkan informasi (Dewi & Sedana, 2019). Sebagai indikasi pengungkapan CSR pada riset ini yakni dengan dengan GRI G4. GRI G4 dipilih karena adanya keterbatasan data di dalam objek perusahaan *consumer non-cyclical* yang tercantum dalam BEI dalam rentang waktu 2018-2021. Berbeda dengan indikator GRI terbaru yaitu GRI Standar yang mengharuskan pengambilan data dari *sustainability report*, sedangkan GRI G4 pengambilan data bisa melalui *annual report*. Pada objek ini yang konsisten mengungkapkan *sustainability report* hanya empat perusahaan yaitu PT Multi Bintang Indonesia Tbk, PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, PT Eagle High Plantations Tbk, dan PT Unilever Indonesia Tbk. Penelitian ini menilai tingkat pengungkapan CSR. Indeks GRI akan memberikan skor 1 untuk setiap item tanggung jawab sosial jika item tersebut mengungkapkan, dan skor 0 jika tidak mengungkapkan (Wahyuningsih & Mahdar, 2018). Berikut rumus perhitungan yang digunakan, yakni:

$$CSR D_j = \sum \frac{X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSR D = *Corporate Social Responsibility Disclosure* Perusahaan j

X_{ij} = skor 1 apabila item I dilakukan pengungkapan dan skor 0 apabila item I tidak dilakukan pengungkapan

N_j = total item untuk Perusahaan, n_j ≤ 91 item

Interaksi antara *shareholder*, manajer, pemerintah, karyawan, kreditor dan pemangku kepentingan internal dan eksternal, menurut *Cadbury Committee*, diatur oleh aturan Forum For Corporate Governance In Indonesia (FCGI) (Sukasih & Sugiyanto, 2017). *Corporate governance* adalah sebuah kerangka pengaturan dan pengendalian suatu perusahaan untuk menghasilkan nilai tambah untuk seluruh pemangku kepentingan (Hapsari, Yadiati, Suharman, & Rosdini, 2023). *Good Corporate Governance* (GCG) dapat mengatur agar perusahaan dapat memberikan nilai tambah bagi semua *stakeholder*. Perusahaan tak hanya sebatas berfokus pada kegiatan

operasionalnya saja, namun juga harus menjaga lingkungan sekitarnya agar terjadi timbal balik antara perusahaan dengan masyarakat. Peran *corporate governance* yang kurang efektif dapat menyebabkan perusahaan yang mengesampingkan kepentingan investor, yang berdampak pada pengembalian keuntungan yang diharapkan dari sumber daya yang diinvestasikan (Damayanty et al., 2021). *Corporate Governance* yang memantau pertumbuhan tanggung jawab juga disiplin perusahaan untuk memberi informasi akuntabilitas kepada pemangku kepentingan (*shareholder*), berupaya untuk meningkatkan nilai perusahaan (Suteja & Majidah, 2020). Menurut (Al Maeeni et al., 2022) *corporate governance* dapat diukur dengan *board size*, *board independent*, dan *women on board*. Berikut adalah rumus perhitungannya:

$$\text{Board Size} = \Sigma \text{ dewan komisaris} + \Sigma \text{ dewan direksi}$$

$$\text{Board Independent} = \frac{\Sigma \text{ dewan komisaris independent}}{\Sigma \text{ anggota dewan komisaris}}$$

$$\text{Women On Board} = \Sigma \text{ dewan direksi bergender perempuan}$$

Pertumbuhan perusahaan (*Growth*) melihat perubahan kinerja finansial perusahaan dari satu tahun ke tahun berikutnya. Investor mempertimbangkan perkembangan perusahaan saat membuat keputusan berinvestasi karena pertumbuhan memungkinkan perusahaan untuk fokus pada investasi yang dilakukan dan melakukan CSR (Hasibuan, Fitrisia, & Wulan, 2020). Berikut ini adalah rumus perhitungan pertumbuhan Perusahaan:

$$\text{Growth} = \frac{\text{Penjualan bersih } t - \text{Penjualan bersih } t-1}{\text{Penjualan bersih } t-1}$$

Keterangan:

Penjualan bersih t = penjualan bersih periode tahun berjalan

Perjualan bersij t-1 = penjualan bersih periode tahun sebelumnya

Media exposure suatu perusahaan mengukur seberapa sering media meliputnya. Media memainkan peran penting dalam pengungkapan CSR karena dapat mendorong dunia usaha untuk lebih peduli akan masalah lingkungan serta sosial yang ditimbulkan oleh operasi mereka serta meningkatkan pengungkapan CSR mereka. Selain itu, mengkomunikasikan CSR melalui media adalah cara untuk mengakui dan menghargai perusahaan yang akan mendorong lebih banyak perusahaan untuk mengungkapkan CSR (Yuliandhari & Angraini, 2022). *Media exposure* pada penelitian ini diukur dengan menggunakan YouTube dan juga Instagram. Jika perusahaan menyatakan kegiatan CSR pada channel YouTube akan diberi skor 1, tetapi bila perusahaan tidak menyatakan kegiatan CSR pada channel Youtube perusahaan akan diberi skor 0. Begitupun pada instagram, apabila perusahaan mengungkapkan kegiatan CSR nya di instagram maka diberikan skor 1, dan apabila perusahaan tidak mengungkapkan kegiatan CSR di instagram maka diberikan skor 0.

METODE

Tujuan penelitian ini ialah guna meneliti bagaimana pengaruh *corporate governance*, pertumbuhan perusahaan, serta *media exposure* terhadap pengungkapan CSR. Penelitian ini mengoperasikan *purposive sampling* yang digunakan untuk mengumpulkan sampel sebanyak 31 sampel perusahaan. Data sekunder yang dikumpulkan berupa *annual report* perusahaan yang telah diolah dengan *Eviews 12* merupakan sumber jenis data yang dipergunakan dalam riset ini. Metode untuk menganalisis ini memakai pendekatan yang bersifat kuantitatif. Jenis penelitian yang dilakukan yaitu menggunakan deskriptif. Untuk pengujian memakai analisis regresi linear berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dibawah ini merupakan persamaan model regresi data yang dipakai adalah:

$$CSR D = a + \beta 1 CORPORATE GOVERNANCE_{it} + \beta 2 PERTUMBUHAN PERUSAHAAN_{it} + \beta 3 MEDIA EXPOSURE_{it} + \varepsilon$$

Pengujian asumsi klasik yang digunakan terdiri atas uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Hasil pengujian asumsi klasik ini menggunakan *Eviews 12*.

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diaplikasikan guna memastikan bahwa model regresi tidak mengidentifikasi adanya korelasi diantara variabel-variabel bebas. Sebuah model regresi sebaiknya tidak mengidentifikasi adanya korelasi antara variabel-variabel bebas. (Pandoyo & Sofyan, 2018). Berikut di tabel 1 hasil uji multikolinearitas:

Tabel 1 Hasil Pengujian Multikolinearitas

	BS	BI	WOB	PP	ME
BS	1.000000	0.193015	0.369784	0.015032	0.417229
BI	0.193015	1.000000	0.208496	-0.021028	0.174440
WOB	0.369784	0.208496	1.000000	-0.031567	0.425143
PP	0.015032	-0.021028	-0.031567	1.000000	0.077852
ME	0.417229	0.174440	0.425143	0.077852	1.000000

Sumber: Hasil Output *Eviews 12* (2023)

Keterangan:

- BS = Board Size
- BI = Board Independent
- WOB = Women On Board
- PP = Pertumbuhan Perusahaan
- ME = Media Exposure

Berdasarkan hasil tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai korelasi *board size*, *board independent*, *women on board*, pertumbuhan Perusahaan, dan *media exposure* lebih kecil dari 0,90. Oleh karena itu, dapat disimpulkan tidak terjadi masalah mutikolinearitas antar variabel independent.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ialah uji asumsi yang umum diterapkan guna mendeteksi ada tidaknya bias pada suatu analisis model regresi. Bila terdapat bias maupun divergensi pada analisis model regresi, sehingganya prediksi model yang akan digunakan menjadi sulit dikarenakan varian datanya tidak stabil atau konsisten (Widana & Muliani, 2020). Apabila output mempunyai nilai probabilitas >0,05 akibatnya tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Tabel 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: White
Null hypothesis: Homoskedasticity

F-statistic	0.422410	Prob. F(20,103)	0.9850
Obs*R-squared	9.399671	Prob. Chi-Square(20)	0.9778
Scaled explained SS	15.79430	Prob. Chi-Square(20)	0.7293

Sumber: Hasil Output *Eviews 12* (2023)

Seperti yang tersaji pada tabel di atas, hasil uji heteroskedastisitas memperlihatkan nilai $0,9778 > 0,05$. Hal ini terdukti bahwasannya data heteroskedastisitas tidak bermasalah pada penelitian ini.

3. Uji Signifikansi Simultan (UJI F)

Uji simultan dipakai untuk menguji apakah semua variabel bebas dalam model secara bersama-sama memengaruhi variabel yang terikat. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka secara simultan variabel bebas memiliki pengaruh pada variabel terikat.

Tabel 3 Hasil Uji Signifikansi Simultan

Weighted Statistics			
Root MSE	0.093523	R-squared	0.091478
Mean dependent var	0.094932	Adjusted R-squared	0.052981
S.D. dependent var	0.098517	S.E. of regression	0.095871
Sum squared resid	1.084577	F-statistic	2.376255
Durbin-Watson stat	1.340989	Prob(F-statistic)	0.042943

Sumber: Hasil Output Eviews 12 (2023)

Didasari pada tabel diatas, didapati hasil nilai probabilitas (F-statistic) menunjukkan nilai $0,042943$. Sebagai hasilnya, dapat disimpulkan bahwa *board size*, *board independent women on board*, pertumbuhan perusahaan, dan *media exposure* berpengaruh secara simultan pada pengungkapan CSR.

4. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji t dipergunakan untuk menguji tingkat signifikansi dari masing-masing variabel independen secara terpisah terhadap variabel dependen. Dalam menguji hipotesis dengan menggunakan uji t pada tingkat signifikansi $0,05$, peneliti memilih tingkat kesalahan tertentu.

Tabel 4 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.212177	0.063330	3.350352	0.0011
BS	0.004992	0.005921	0.843178	0.4008
BI	-0.050216	0.089293	-0.562378	0.5749
WOB	-0.009701	0.014543	-0.667065	0.5060
PP	0.106167	0.033187	3.199067	0.0018
ME	-0.015202	0.028250	-0.538113	0.5915

Sumber: Hasil Output Eviews 12 (2023)

- a. Variabel *board size* mempunyai nilai probabilitas sebesar $0,4008 > 0,05$. Dari hasil tabel 4 didapati kesimpulan bahwasanya *board size* tidak berdampak terhadap pengungkapan CSR. Tidak berpengaruhnya *board size* dikarenakan beberapa entitas memiliki ukuran dewan komisaris dan direksi dengan rata-rata yang kecil, sehingga akan semakin sulit untuk mengendalikan manajemen dan mengawasinya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sukasih & Sugiyanto, 2017) yang menyatakan bahwa *board size* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR
- b. Variabel *board independent* mempunyai nilai probabilitas $0,5749 > 0,05$. Dari hasil tabel 4 didapati kesimpulan *board independent* tidak berdampak terhadap pengungkapan CSR. Tidak adanya dampak *board independent* diakibatkan karena beberapa entitas yang memiliki dewan komisaris independen dengan rata-rata yang kecil, sehingga akan menjadi lebih sulit untuk mengendalikan CEO dan

mengawasinya. Ini pun selaras dengan penelitian oleh (Rai, Dewi, Luh, Novitasari, & Dewi, 2021) yang memaparkan bahwa tidak adanya pengaruh *board independent* terhadap pengungkapan CSR.

- c. Variabel *women on board* mempunyai nilai probabilitas $0,5060 > 0,05$. Dari hasil tabel 4 didapati kesimpulan bahwasanya tidak berdampak *women on board* terhadap pengungkapan CSR. Tidak berpengaruhnya *women on board* dikarenakan beberapa entitas tidak memiliki jumlah dewan direksi Perempuan. Ini pun selaras dengan penelitian oleh (Sudana & Arlindania, 2011) yang menemukan bahwa tidak berpengaruhnya *women on board* terhadap pengungkapan CSR.
- d. Variabel pertumbuhan perusahaan memiliki nilai probabilitas $0,0018 < 0,05$. Dari hasil tersebut didapati kesimpulan bahwa ada pengaruh dari pertumbuhan perusahaan pada pengungkapan CSR. Berpengaruhnya pertumbuhan perusahaan dikarenakan rata-rata perusahaan memiliki nilai pertumbuhan perusahaan yang diatas rata-rata. Ini pun sebanding dengan penelitian oleh (Hasibuan et al., 2020) yang menemukan bahwa ada pengaruh dari pertumbuhan Perusahaan kepada pengungkapan CSR.
- e. Variabel *media exposure* memiliki nilai probabilitas $0,5915 > 0,05$. Dari hasil tabel 4 didapati kesimpulan bahwa tidak berberdampaknya *media exposure* kepada pengungkapan CSR. Tidak berdampaknya *media exposure* disebabkan karena tidak semua perusahaan yang dijadikan sampel penelitian memposting informasi mengenai kegiatan terkait CSR di YouTube dan Instagram. Ini pun selaras dengan penelitian oleh (Revika Septianingsih & Muslih, 2019) yang menemukan bahwa tidak berpengaruhnya *media exposure* kepada pengungkapan CSR.

KESIMPULAN

Pada perusahaan *consumer non-cyclical* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021. Penelitian ini menganalisis peran *corporate governance*, pertumbuhan perusahaan, serta *media exposure* kepada pengungkapan CSR. Temuan riset menandakan bahwasanya *corporate governance*, pertumbuhan perusahaan, maupun *media exposure* berpengaruh simultan terhadap pengungkapan CSR. *Corporate governance* maupun *media exposure* tidak berpengaruh kepada pengungkapan CSR. Sedangkan untuk pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Untuk riset selanjutnya diharapkan untuk menambahkan variable yang berkemungkinan berhubungan dengan CSRD, menambah tahun penelitian, mengambil sampel yang berbeda. Bagi perusahaan, lebih baik untuk tetap mengungkapkan CSR pada *sustainability report*.

REFERENSI

- Abidin, J., & Lestari, S. A. (2020). Pengaruh Ukuran perusahaan dan Ukuran Komite Audit terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 4(1), 48–58. <https://doi.org/10.33395/OWNER.V4I1.214>
- Al Maeeni, F., Ould, N., Ellili, D., & Nobanee, H. (2022). Impact of corporate governance on corporate social responsibility disclosure of the UAE listed banks. *Emerald*. <https://doi.org/10.1108/JFRA-11-2021-0424>
- Badan Pemeriksa Keuangan. (2007). UU No. 40 Tahun 2007. Retrieved from JDIH BPK website: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39965>
- Damayanty, P.-, Prihanto, H., & Fairuzzaman, F. (2021). Pengaruh Good Corporate Governance, Kepemilikan Saham Publik Dan Profitabilitas Terhadap Tingkat Pengungkapan Corporate Sosial Responsibility. *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(2), 1. <https://doi.org/10.35906/jep.v7i2.862>
- Dewi, P. A. C., & Sedana, I. B. P. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6618. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p12>
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Retrieved from https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=NpmA_qEiOpkC&oi=fnd&pg=PR5&dq=R+Edward+Freeman+1984+strategic+management&ots=61jfD8O4TK&sig=gpb2H0xh9ao

- duFp9z0CD7w_naf0&redir_esc=y#v=onepage&q=R Edward Freeman 1984 strategic management&f=false
- Hapsari, D. W., Yadiati, W., Suharman, H., & Rosdini, D. (2023). The Mediating Impact of Value Chain in The Link Between Corporate Governance and SOE's Performance. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 17(2), 75–85. <https://doi.org/10.14453/aabfj.v17i2.06>
- Hapsari, D. W., Yuliandhari, W. S., & Variza, M. F. (2019). Do Financial Performance And Firm Value Can Improve Corporate Responsibility Disclosure? *Jurnal Manajemen*, 23(1), 150. <https://doi.org/10.24912/jm.v23i1.456>
- Hasibuan, N. S., Fitriasia, & Wulan, M. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Growth dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. Retrieved October 27, 2022, from <http://library.matanauniversity.ac.id/ojs/index.php/statera/article/view/109/78>
- Indriyani, A. D., & Yuliandhari, W. S. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan Indeks LQ 45 Non-Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018). *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, 9(1), 567.
- Mappadang, A. (2021). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Profita: Komunikasi Ilmiah Akuntansi Dan Perpajakan*, 14(1), 1–13. <https://doi.org/10.22441/profita.2019>.
- Pandoyo, & Sofyan, M. (2018). *Uji Asumsi Klasik*. Retrieved from msspada.kemdikbud.go.id/pluginfile.php/559867/mod_folder/content/0/PERTEMUAN_7_UJI_MULTIKOLINERITAS.pdf
- Putri, Y. R., & Yuliandhari, W. S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Sales Growth, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Indeks Kompas 100 Tahun 2017-2018. *Journal Of Applied Managerial Accounting*, 4(1), 1–11.
- Rai, I. A., Dewi, G., Luh, N., Novitasari, G., & Dewi, P. S. (2021). Pengaruh Gcg Terhadap Pengungkapan Csr Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Periode 2017-2019. *KARMA (Karya Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(1), 129–137. Retrieved from <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/karma/article/view/1623>
- Revika Septianingsih, L., & Muslih, M. (2019). Board Size, Ownership Diffusion, Gender Diversity, Media Exposure, dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Kasus pada Perusahaan Indeks SRI-KEHATI yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017). *Jurnal Akuntansi*, 11(2), 218–229. <https://doi.org/10.28932/JAM.V11I2.1995>
- Sparta, S., & Rheadanti, D. K. (2019). Pengaruh Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perusahaan Manufaktur Terdaftar di BEI. *EQUITY*, 22(1), 12–25. <https://doi.org/10.34209/equ.v22i1.903>
- Sudana, I. M., & Arlindania, P. A. (2011). Corporate Governance Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Go-Public Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 4(1), 37–49. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v4i1.2411>
- Sukasih, A., & Sugiyanto, E. (2017). Pengaruh Struktur Good Corporate Governance dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015). *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 2(2), 121–131. <https://doi.org/10.23917/REAKSI.V2I2.4894>
- Suteja, G. I., & Majidah. (2020). the Effect of Car, Fdr, Npf, Gearing Ratio and Corporate Governance on Profitability of Sharia Bank. *Balance: Jurnal Ekonomi*, 16, 2020.
- Tasya, E. (2017). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaanaan, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Tahun 2010-2014 Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Akuntansi*, 4(1). Retrieved from <http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/akt/article/view/2358>
- Tiarasandy, A. . Y. W. S. . & T. D. N. (2018). (2018). *Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Finansial (Studi Empiris*

- Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Proper Periode 2013-2015). EProceedings of Management, 5(1), 123. [https://openlibrarypublications.telk. 5\(1\), 678-688](https://openlibrarypublications.telk.5(1), 678-688).*
- Wahyuningsih, A., & Mahdar, N. M. (2018). Pengaruh Size, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Csr Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi, 5(1), 27-36*.
- Widana, W., & Muliani, P. L. (2020). Uji Persyaratan Analisis. In *Klik Media*.
- Wigrhayati, N. N. S. W. (2020). Pengaruh Tipe Industri, Growth, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. Retrieved November 6, 2022, from *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* website: <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/2439/2442>
- Yasin, M. (2020). Pengaruh Manajemen Laba dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI). *JEA17: Jurnal Ekonomi Akuntansi, 5(2), 61-76*. <https://doi.org/10.30996/JEA17.V5I2.4279>
- Yuliandhari, W. S., & Angraini, P. A. (2022). Pengaruh Media Exposure, Koneksi Politik, dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Mirai Management, 7(3), 43-55*. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i3.2608>