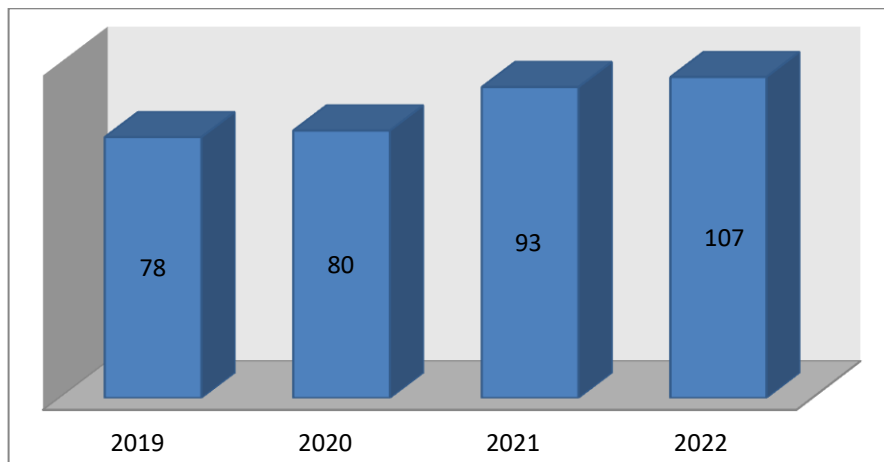


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Bursa Efek Indonesia (BEI) berperan sebagai tempat transaksi efek, atau yang lebih dikenal sebagai pasar modal. Perusahaan-perusahaan yang sudah *go public* di Indonesia mendaftarkan perusahaannya ke bursa efek Indonesia yang merupakan bursa resmi di Indonesia. Bursa Efek Indonesia terbagi menjadi tiga sector yaitu sektor utama, sektor jasa dan sektor manufaktur. Pada sektor utama terdiri atas dua sektor yaitu sektor pertanian dan sektor pertambangan. Pada sektor jasa terdiri atas 4 sektor yaitu sektor properti, sektor real estate dan konstruksi bangunan, sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi, sektor keuangan, serta sektor perdagangan jasa dan investasi dan sektor manufaktur yang terdiri atas 3 sektor yaitu sektor industri dasar kimia, sektor aneka industri dan sektor barang konsumsi. Dibawah ini adalah grafik pertumbuhan jumlah perusahaan industri dasar kimia tahun 2019-2022.



**Gambar 1. 1** Pertumbuhan jumlah perusahaan industri dasar kimia yang terdaftar di bei tahun 2019-2022

*Sumber: www.idx.co.id, data diolah penulis (2023)*

Berdasarkan gambar 1.1 diatas pada setiap tahun nya jumlah perusahaan industri dasar kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mengalami peningkatan. Perusahaan industri dasar dan kimia merupakan bagian penting dari sektor manufaktur non-migas yang memproduksi bahan baku untuk diolah menjadi barang jadi. Terdiri dari delapan sub-sektor, yaitu subsektor semen, subsektor keramik, subsektor logam, subsektor kimia, subsektor plastik dan kemasan, subsektor pakan ternak, subsektor kayu, dan subsektor pulp dengan fokus pada pengolahan. Penulis memilih perusahaan industri dasar kimia sebagai objek penelitian karena perannya yang krusial dalam mempertahankan kehidupan sehari-hari. Dengan kebutuhan tenaga kerja yang tinggi di sektor ini, perusahaan memiliki potensi untuk memberdayakan masyarakat sekitar sebagai karyawan, yang dapat memberikan kontribusi positif pada perkembangan perusahaan. Adanya proses yang berhubungan dengan ketenagakerjaan tersebut kemungkinan besar akan menimbulkan masalah sosial dan lingkungan yang harus dikelola dengan baik.

Pada tahun 2020, sektor industri memberikan kontribusi sebesar 19,87% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Pemerintah melakukan komitmen dengan memberikan stimulus dan intensif. Meskipun terdapat penurunan pada perekonomian nasional, sektor industri kimia, farmasi, dan obat tradisional mengalami pertumbuhan sebesar 8,65%. Menurut Kementerian Perindustrian, peningkatan ini terjadi karena adanya peningkatan permintaan terhadap obat-obatan yang dibutuhkan dalam upaya pencegahan COVID-19.(Kemenperin, 2020). Keberhasilan perusahaan sering kali tidak disertai dengan kepedulian terhadap lingkungan, yang berdampak merusak lingkungan. Banyak perusahaan menyebabkan kerusakan lingkungan dan mengganggu kehidupan manusia melalui proses produksinya. Contohnya, . PT Tjiwi Kimia pernah mencemari lingkungan dengan membuang limbah berlebihan, menyebabkan gagal panen ikan dan bau tidak sedap di sekitar sungai, yang mengganggu aktivitas warga.

Dan juga kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh PT. Semen Indonesia (Persero) di kawasan Sumberarum, Kecamatan Kerek, Kabupaten Tuban, hal itu terjadi karena adanya pencemaran udara, getaran dan kebisingan yang ditimbulkan dari aktivitas PT. Semen Indonesia . Dampak lingkungan ini dapat merusak citra perusahaan, sehingga penting bagi perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility* ) guna menjaga eksistensi di mata masyarakat.

## **1.2 Latar Belakang**

*Corporate social responsibility* adalah suatu kewajiban moral perusahaan untuk membangun hubungan baik dan harmonis dengan masyarakat serta lingkungan disekitar perusahaan (Ningsih & Suzan, 2021). Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap dampak lingkungan yang disebabkan oleh perusahaan di Indonesia mendorong tuntutan agar perusahaan-perusahaan yang berinteraksi langsung dengan lingkungan dan masyarakat memiliki tanggung jawab sosial yang lebih besar. Tidak lagi cukup hanya fokus pada pencarian keuntungan semata, perusahaan kini diharapkan untuk mengadopsi pendekatan triple bottom line. Artinya, selain mengoptimalkan profitabilitas, perusahaan juga harus mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan operasional mereka. Dengan demikian, perusahaan tidak hanya menjadi motor pertumbuhan ekonomi, tetapi juga agen perubahan positif dalam pembangunan berkelanjutan, menciptakan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

Seiring dengan perkembangan zaman, perusahaan tidak hanya dituntut untuk mengungkapkan laporan keuangan perusahaan, namun secara nyata juga dituntut untuk mengungkapkan pertanggungjawaban terhadap sosial dan lingkungan atas aktivitas yang dilakukan. Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu kewajiban yang dilaksanakan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan

sekitar dimana aktivitas perusahaan dijalankan, seperti meningkatkan kualitas gizi, program untuk meningkatkan kesehatan dan kebersihan, bantuan pendidikan dan pelatihan, memberi kesempatan kerja kepada masyarakat sekitar, membangun fasilitas masyarakat dan kegiatan lain yang memberi dampak positif kepada masyarakat (Yuliandhari & Angraini, 2022). Perusahaan mengungkapkan praktik Tanggung jawab sosial agar bentuk kontribusi yang telah dilakukan oleh perusahaan tersebut dapat diketahui oleh berbagai pihak yang berkepentingan (Cahyaningsih & Martina, 2014)

Undang-undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 ayat (1) memberikan landasan hukum yang kuat untuk mendorong perusahaan yang beroperasi dalam sektor sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 turut memberikan dorongan dengan mengamanatkan bahwa setiap perseroan terbatas wajib mempraktikkan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Ini mencerminkan komitmen pemerintah Indonesia dalam memastikan bahwa perusahaan tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi, melainkan juga turut serta aktif dalam menjaga dan melestarikan lingkungan serta berkontribusi positif pada aspek sosial. Regulasi ini menjadi instrumen penting yang mengikat perusahaan untuk mematuhi dan melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan sesuai ketentuan undang-undang.

Di tengah meningkatnya kerusakan lingkungan akibat aktivitas produksi dan operasional perusahaan di Indonesia, pemerintah merespons dengan mengimplementasikan sejumlah regulasi terkait *corporate social responsibility* (CSR). Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa perusahaan memainkan peran aktif dalam menjaga lingkungan sekitar dan memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat. Beberapa regulasi yang telah dikeluarkan antara lain Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Pasal 74 Tahun 2007, Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan, Keputusan Menteri BUMN Per-05/MBU/2007 mengenai Program

Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL), Undang-Undang Minyak dan Gas Bumi Nomor 22 Tahun 2001, Undang-Undang Penanaman Modal Nomor 25 Pasal 15 (b) Tahun 2007, Peraturan Menteri Sosial RI Nomor 13 Tahun 2012 tentang Forum Tanggung Jawab Dunia Usaha dalam Penyelenggaraan Kesejahteraan Sosial, dan Undang-Undang Nomor 13 Pasal 36 ayat 1 Tahun 2011 tentang Penanganan Fakir Miskin. Keseluruhan regulasi ini mengharuskan perusahaan untuk secara transparan mengungkapkan kegiatan CSR mereka, menciptakan sebuah dasar yang kokoh untuk pembangunan berkelanjutan yang melibatkan aktifitas perusahaan dengan dampak positif terhadap lingkungan dan masyarakat.

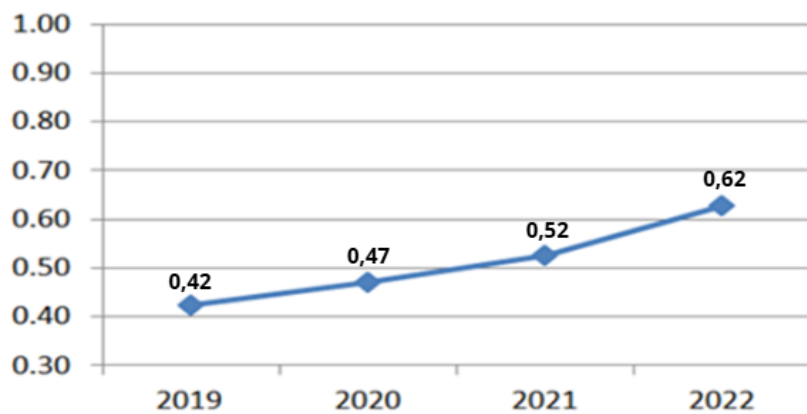
GRI (*Global Reporting Initiative*), sebagai lembaga nirlaba yang berasal dari Amerika Serikat dan didirikan oleh *Coalition for Environmentally Responsible Economics*, telah menjadi salah satu pionir dalam penerbitan laporan keberlanjutan yang diadopsi secara global oleh berbagai organisasi. Dalam mengukur pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), GRI menjadi standar yang diakui dan diandalkan. Keberhasilannya telah tercermin dalam adopsi luas oleh organisasi di seluruh dunia, sebagaimana diungkapkan oleh penelitian (Anggraeni & Djakman, 2018).

Fokus penelitian ini adalah pada pengukuran pengungkapan CSR, yang menggunakan kerangka *GRI Standart*, *GRI Standards* adalah panduan global yang membantu organisasi menyusun laporan keberlanjutan dengan lebih transparan dan terukur. Ini mencakup berbagai topik penting seperti emisi gas rumah kaca, penggunaan air, hak asasi manusia, dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Dengan mematuhi standar ini, organisasi dapat meningkatkan akuntabilitas dan memfasilitasi perbandingan lintas organisasi. *GRI Standards* memberikan landasan yang kokoh untuk memberikan informasi yang relevan dan dapat dipercaya kepada pemangku kepentingan seperti investor, konsumen, dan pemerintah.

Pengungkapan artinya tidak menutupi dan tidak menyembunyikan. Tujuan dari pengungkapan CSR adalah menyajikan informasi yang penting untuk

mendapatkan tujuan pelaporan keuangan dan melayani pihak yang memiliki berbagai macam kepentingan (Sukasih & Sugiyanto, 2017). Pengungkapan CSR adalah bentuk sikap dari pertanggungjawaban perusahaan yang mempunyai fokus terhadap aspek sosial untuk masyarakat dari dampak negatif yang dihasilkan dari aktivitas produksi perusahaan. Pelaporan informasi sosial perusahaan dapat diperoleh dari *annual report*, *Sustainability report*, ataupun pada website perusahaan (Markhamah et al., 2020). Peraturan tentang pengungkapan CSR ada pada Undang Undang Nomor 40 tahun 2007 pasal 66 ayat 2 yang menyebutkan mengenai laporan tahunan perusahaan perlu berisikan pengungkapan CSR.

Fenomena selanjutnya yang berkaitan dengan pengungkapan *Corporate social responsibility* mengacu pada data yang di olah penulis pada penelitian ini pada perusahaan industri dasar kimia yang terdaftar di BEI tahun 2019 hingga 2022, terdapat 107 perusahaan industri dasar kimia yang konsisten terdaftar di BEI pada tahun 2019 hingga 2022, namun hanya 12 perusahaan yang masuk dalam data sampel pada penelitian ini. Data pengungkapan *corporate social responsibility* yang diambil melalui *annual report* (laporan tahunan) dan *Sustainability report* (laporan keberlanjutan) perusahaan dengan melihat 149 item GRI *Standard* yang diungkapkan dan dijelaskan pada *annual report* dan *sustainability report*, Berikut grafik pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI tahun 2019 hingga 2022.



**Gambar 1. 2 Pengungkapan CSR Perusahaan Industri Dasar Kimia Tahun 2019-2022**

*Sumber: data diolah penulis (2023)*

Berdasarkan gambar 1.2 di atas menunjukkan pada tahun 2019 rata-rata pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebesar 0,42 atau 62 item dari 149 item GRI *Standards*. Selanjutnya, pada tahun 2020 rata-rata pengungkapan *corporate social responsibility* sebesar 0,47 atau 70 item GRI *Standards*. Pada tahun 2021 rata-rata pengungkapan *corporate social responsibility* sebesar 0,52 atau 77 dari 149 item GRI *Standards*. Pada tahun 2022 rata-rata pengungkapan *corporate social responsibility* sebesar 0,62 atau 92 item dari 149 item GRI *Standards*.

Hasil perhitungan tersebut akan diklasifikasikan kedalam beberapa bagian dengan tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* masing-masing perusahaan. Menurut Rusdiono (2013) dalam penelitian (Hidayat et al., 2022) tingkat persentase perhitungan pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai berikut:

- |    |           |   |                          |
|----|-----------|---|--------------------------|
| 1. | 0%        | : | Not Applied              |
| 2. | 1% - 40%  | : | Limited Disclose         |
| 3. | 41 – 75%  | : | <i>Partially Applied</i> |
| 4. | 76% - 99% | : | Well Applied             |
| 5. | 100%      | : | Fully Applied            |

Berdasarkan gambar 1.2 diatas, rata-rata pengungkapan *corporate social responsibility* menunjukkan angka sebesar 0,51 atau 51%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan industri dasar kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019 – 2022 termasuk kedalam *Partially Applied* atau hanya menerapkan sebagian dari *GRI Standards*. Hal ini masih tergolong rendah untuk perusahaan industri dasar kimia dengan prospek pertumbuhan ekonomi yang relatif baik dan banyak diminati oleh investor. Sedangkan, peraturan dan Undang-Undang yang ada telah mendukung dan mendorong perusahaan untuk melaksanakan pengungkapan *corporate social responsibility* agar dapat meningkatkan citra dan nama baik perusahaan. Namun, hal itu masih dirasa masih kurang untuk memotivasi perusahaan untuk melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* secara sepenuhnya atau *fully applied*.

*Stakeholder Theory* atau teori pemangku kepentingan pertama kali dikembangkan oleh Freeman pada tahun 1984 untuk menjelaskan perilaku perusahaan dan kinerja sosial (Borghei-Ghomi & Leung, 2013). Perusahaan berhubungan secara langsung dengan pemerintah sebagai otoritas formal dan banyak pemangku kepentingan lainnya, termasuk masyarakat lokal. Para pemangku kepentingan memiliki kesempatan untuk melihat bagaimana perusahaan melakukan hal-hal, seperti mengungkapkan informasi. Setelah memilih pemangku kepentingan yang dianggap penting, perusahaan mengambil tindakan yang memungkinkan hubungan antara perusahaan dan pemangku kepentingannya berjalan dengan baik. Pengungkapan sukarela ini seperti kontrak



sosial yang tidak dipenuhi akan mengancam keberlangsungan perusahaan. Akibatnya, pengungkapan corporate social responsibility merupakan salah satu cara untuk memperkuat, mempertahankan, dan meningkatkan legitimasi public (Herinda dkk., 2021).

Beberapa faktor yang diduga mempengaruhi pengungkapan CSR menurut Saragi dan Ginting (2018) , Hasnia (2019), dan Chyntia dan Syofyan (2023) adalah *political visibility, media exposure, dan green accounting*. Sehingga Variabel pertama pada penelitian ini adalah *political visibility*, *political visibility* adalah bagaimana pandangan politik pemerintah dan masyarakat kepada perusahaan. *political visibility* menjadi variabel independen pertama yang dipilih oleh penulis dan digambarkan dengan ukuran perusahaan, secara teori perusahaan yang besar tidak mungkin lepas dari tekanan, serta perusahaan yang besar dengan tingkat operasinya yang besar dan tingkat keterkaitannya dengan masyarakat juga besar, maka pemegang saham akan lebih memperhatikan program sosial lingkungan perusahaan agar tanggung jawab sosial perusahaan semakin luas. (Saragi & Ginting, 2018). Konsep *Political visibility*, yang mencerminkan tekanan politik dari publik, mendorong perusahaan untuk terlibat dalam kegiatan tanggung jawab sosial. Faktor ini dianggap sebagai biaya yang meningkat seiring dengan pertumbuhan perusahaan, karena semakin besar perusahaan, semakin tinggi biaya yang dikeluarkan untuk pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Hal ini kerap menjadi sorotan dan kritik dari kelompok berkepentingan seperti masyarakat dan aktivis sosial (Andi & Nur, 2017). Menurut Scoot (1997) dalam penelitian (Agusti, 2021) semakin besar *Political visibility* yang dihadapi oleh perusahaan, maka manager akan memilih prosedur akuntansi yang dapat menghasilkan laba sekarang lebih rendah dibandingkan laba masa depan. Dengan demikian semakin tinggi *political visibility* yang dihadapi perusahaan maka perusahaan akan semakin banyak mengeluarkan biaya untuk mengungkapkan informasi sosial sehingga laba yang dilaporkan menjadi lebih rendah. Perusahaan besar memiliki *political visibility*

yang tinggi sehingga transparansi kepada publik semakin meningkat. Ukuran perusahaan yang besar akan lebih besar kemungkinan untuk dipengaruhi oleh publik. Pengaruh yang diberikan publik membuat perusahaan lebih sering mengungkapkan informasi untuk mengurangi kecurigaan publik terhadap biaya politik sebagai bentuk akan tanggung jawab sosial (Kinsey & Santoso, 2021). Dalam penelitian ini *political visibility* digunakan untuk mengukur sejauh mana tingkat perusahaan harus mempertimbangkan biaya politik dan manfaatnya ketika membuat keputusan untuk pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan industri dasar kimia di Indonesia, dan indikator yang digunakan yaitu LN (Total Aset) yang biasa digunakan dalam mengukur ukuran perusahaan pada penelitian ini variabel *political visibility* dapat dilihat dari besaran ukuran perusahaan, yang jika perusahaan tersebut berukuran besar maka semakin besar pula *political visibility* yang mereka keluarkan untuk melakukan pengungkapan CSR, karena biaya ini menjadi sering sekali menjadi sorotan oleh masyarakat. Hasil penelitian oleh (Wahyuni et al., 2019) menunjukkan bahwa *political visibility* memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Ini disebabkan oleh semakin besar perusahaan, semakin banyak pihak yang menjadi bagian dari *Stakeholder*, mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial secara lebih luas. Namun, dalam penelitian yang dilakukan oleh (Mapparessa et al., 2017), *political visibility* yang diukur melalui ukuran perusahaan justru memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. (Mapparessa et al., 2017) mencatat bahwa semakin besar ukuran perusahaan, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan cenderung menurun, sementara semakin kecil ukuran perusahaan, pengungkapan tanggung jawab sosialnya cenderung meningkat.

Variabel kedua adalah *media exposure*, *media exposure* adalah alat yang digunakan oleh perusahaan untuk menyebarkan informasi terkait dengan

kegiatan dan profil perusahaan agar diperhatikan oleh media (Yuliandhari & Angraini, 2021). Tujuan dari *Media exposure* adalah untuk menyampaikan pesan dan maksud kepada pemangku kepentingan, investor, dan masyarakat melalui berbagai platform media, khususnya melalui website perusahaan di internet. *Media exposure* dapat dijadikan sebagai peluang bagi perusahaan untuk membangun kepercayaan dari para *Stakeholder* dengan mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan melalui website resmi (Oktaviandita & Yuliandhari, 2022). Oleh karena itu, *Media exposure* dipilih sebagai variabel kedua dalam penelitian ini. Penelitian terdahulu oleh (Lubis & Dewi, 2020). dan (Ismainingtyas et al., 2020) menunjukkan dampak positif *Media exposure* terhadap pengungkapan CSR. Namun, hasil penelitian berbeda dengan (Cahyaningsih & Septyaweni, 2022) yang menemukan bahwa *Media exposure* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Variabel terakhir adalah *green accounting*, atau Akuntansi Hijau, merupakan pendekatan akuntansi yang fokus pada identifikasi, pengungkapan, dan pemantauan biaya-biaya yang terkait dengan dampak lingkungan dan sosial dari aktivitas suatu entitas (Riadi, 2022). Dengan menerapkan konsep Akuntansi Hijau, diharapkan entitas tersebut dapat secara proaktif memenuhi kebijakan pemerintah terkait lingkungan di wilayahnya serta menjaga keberlanjutan bisnisnya (Anam, 2021). Meskipun penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang bervariasi, seperti yang dilakukan oleh (Cyhintia & Syofyan, 2023) yang menyatakan bahwa *Green accounting* berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR, sementara (Agnes, 2023) berpendapat sebaliknya. Inkonsistensi dalam hubungan antara *green accounting* dan pengungkapan CSR memunculkan perdebatan yang relevan dalam literatur. Oleh karena itu, variabel *green accounting* menjadi variabel independen ketiga dalam penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang yang disajikan diatas masih terdapat inkonsistensi hasil dari beberapa penelitian sebelumnya. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian kembali dengan judul “**Pengaruh *Political***

***visibility, Media exposure, dan Green accounting Terhadap Pengungkapan Corporate social responsibility (Studi pada Perusahaan Industri dasar kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2019–2022)***”.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan kegiatan yang sangat penting karena tidak hanya menjadi kewajiban hukum yang diatur oleh Undang-Undang dan peraturan pemerintah, tetapi juga berperan dalam menjaga kelangsungan operasional perusahaan serta mendapatkan dukungan positif dari para pemangku kepentingan. Meskipun perusahaan menyadari pentingnya pengungkapan CSR dalam konteks keberlanjutan bisnis, namun kenyataannya masih terdapat perusahaan-perusahaan yang tidak melaksanakannya, terutama dalam hal penyusunan laporan keberlanjutan.

Fenomena ini menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan CSR masih tergolong sebagai penerapan parsial atau hanya sebagian dari Standar GRI. Meskipun peraturan dan undang-undang telah memberikan dukungan dan dorongan kepada perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR guna meningkatkan citra dan reputasi perusahaan, namun upaya tersebut masih dirasa kurang untuk mendorong perusahaan melakukan pengungkapan CSR secara menyeluruh atau penuh

Berdasarkan uraian latar belakang dan perumusan masalah dan latar belakang diatas, maka penelitian ini memiliki pertanyaan terkait penelitian antara lain:

1. Bagaimana *political visibility, media exposure, green accounting* dan pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022?
2. Apakah *political visibility, media exposure, dan green accounting* berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada

perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022?

3. Apakah *political visibility* berpengaruh positif secara parsial terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022?
4. Apakah *media exposure* berpengaruh positif secara parsial terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022?
5. Apakah *green accounting* berpengaruh positif secara parsial terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui *political visibility*, *media exposure*, *green accounting* dan *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan pengaruh *political visibility*, *media exposure*, dan *green accounting*, terhadap *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial pengaruh *political visibility* terhadap *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022.
4. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial pengaruh *media exposure* terhadap *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022.

5. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial pengaruh *green accounting* terhadap *Corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian pengaruh *political visibility*, *media exposure*, dan *green accounting* terhadap *corporate social responsibility* ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

### **1.5.1 Aspek Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan digunakan sebagai perluasan referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian mengenai pengaruh *political visibility*, *media exposure*, dan *green accounting* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

### **1.5.2 Aspek Praktis**

#### **a. Bagi perusahaan**

Penelitian ini diharapkan digunakan sebagai informasi tambahan dan pertimbangan bagi perusahaan untuk mengelola dan mengambil keputusan yang berkaitan dengan *political visibility*, *media exposure*, dan *green accounting* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* untuk mempertahankan keberlanjutan khususnya pada perusahaan industri dasar kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

#### **b. Bagi Pemerintah**

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pemerintah dalam menjalankan peraturan dan pengawasan terhadap aktivitas tata kelola perusahaan dan pengungkapan *corporate social responsibility*, serta mengenai regulasi dalam melakukan pada perusahaan pengungkapan *corporate social responsibility* di Indonesia, khususnya perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

**c. Bagi Investor**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi para investor sebagai alat ukur sebelum melakukan investasi, dan juga digunakan sebagai alat pertimbangan untuk mengambil keputusan berdasarkan *political visibility*, *media exposure*, dan *green accounting* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan industri dasar kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

## **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

### **a. BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab pendahuluan terdapat penjelasan secara umum, ringkas, dan padat serta menggambarkan dengan tepat tentang pengaruh *political visibility*, *media exposure*, dan *green accounting* terhadap *pengungkapan corporate social responsibility*. Bab pendahuluan ini berisikan: Gambaran Umum, Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Pertanyaan Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Sistematis Penulisan Tugas Akhir.

### **b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisikan teori umum hingga khusus secara jelas mengenai *political visibility*, *media exposure*, *green accounting*, dan *pengungkapan corporate social responsibility* yang disertai penelitian terdahulu, dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang di akhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

### **c. BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini berisikan pendekatan, metode, dan Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data, serta menganalisis temuan agar dapat menjawab

masalah penelitian. Bab ini berisikan beberapa uraian tentang pengaruh *political visibility*, *media exposure*, dan *green accounting* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* yang meliputi: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel, Pengumpulan Data, dan Teknik Analisis Data.

#### **d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini menguraikan tentang hasil dari penelitian dengan data yang sudah diseleksi dan pembahasan mengenai pengaruh pada variabel independen (*political visibility*, *media exposure*, *green accounting*) terhadap variabel dependen (*corporate social responsibility*) dan pembahasan yang telah diuraikan secara sistematis. Bab ini berisikan dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian. Dalam melakukan pembahasan sebaiknya dibandingkan terlebih dahulu dengan penelitian terdahulu atau dengan landasan teori yang relevan.

#### **e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini berisikan kesimpulan dan saran. Pembahasan pada bab ini merupakan uraian jawaban dari pertanyaan penelitian tentang pengaruh *political visibility*, *media exposure*, dan *green accounting* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian yang diperuntukkan kepada pihak-pihak yang berkepentingan.