



Jurnal Nominal Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen

URL: <https://journal.uny.ac.id/index.php/nominal>



Pengaruh Liputan Media, Sensitivitas Lingkungan, *Environmental Management System*, dan Kedekatan Konsumen terhadap Pengungkapan Lingkungan

Dinda Karunia Putri Zakaria^{a,1,*}, Sri Hastuti^{a,2}, Sri Wahyuni Widiastuti^{a,3}

^a Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UPN "Veteran" Yogyakarta, Indonesia

¹ dindakaruniaa@gmail.com*; ² sri.hastuti@upnyk.ac.id; ³ sri.wahyuni@upnyk.ac.id

* corresponding author

ARTICLE INFO

Article history

Received: 20 October 2022

Revised : 15 February 2023

Accepted: 06 April 2023

Keywords

Environmental Disclosure

Media Coverage

Environment Sensitivity

Environmental Management System

Customer Closeness

Kata Kunci

Pengungkapan Lingkungan

Liputan Media

Sensitivitas Lingkungan

Environmental Management System

Kedekatan Konsumen

ABSTRACT

This study aims to investigate empirical proof of the effect of media coverage, environmental sensitivity, environmental management system, and customer closeness on the environmental disclosure of companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2018-2020. The population in this study is all environmental disclosure on the company's sustainability report listed on the Indonesia Stock Exchange in 2018-2020. This study sampling method is purposive sampling, with 15 companies meeting the criteria as the sample with 45 firm-years. This study was tested using multiple linear regression. The results of this study show that environmental sensitivity and customer closeness effect on company's environmental disclosure. In contrast, media coverage and environmental management system do not affect the company's environmental disclosure.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan bukti empiris mengenai pengaruh liputan media, sensitivitas lingkungan, *Environmental Management System* (EMS), dan kedekatan konsumen terhadap pengungkapan lingkungan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2020. Populasi penelitian ini adalah seluruh pengungkapan lingkungan yang dilakukan perusahaan dalam laporan keberlanjutan oleh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam periode 2018-2020. Metode pengambilan sampel dipilih menggunakan metode *purposive sampling* sehingga perusahaan yang memenuhi kriteria sebagai sampel sebanyak 15 perusahaan dengan total observasi sebanyak 45 perusahaan-tahun. Penelitian ini diuji dengan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sensitivitas lingkungan dan kedekatan konsumen berpengaruh terhadap pengungkapan lingkungan perusahaan sedangkan liputan media dan *Environment Management System* (EMS) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan lingkungan perusahaan.

This is an open-access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



1. Pendahuluan

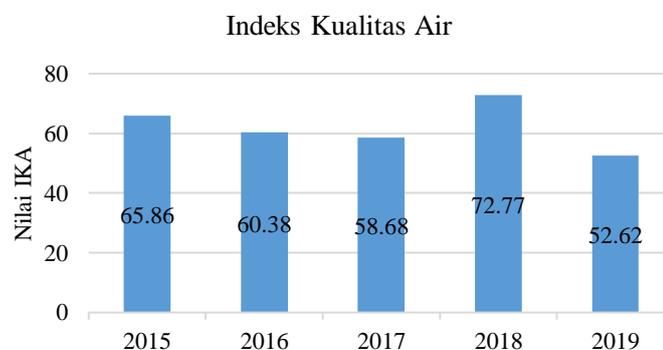
Berita mengenai masalah lingkungan di Indonesia yang disebabkan oleh operasional perusahaan kerap terjadi dari tahun ke tahun, antara lain, pencemaran lingkungan yang dilakukan oleh PT Toba Pulp Lestari telah menyengsarakan warga Kampung Parbulu, Kabupaten Toba selama 34 tahun. Limbah perusahaan tersebut terbukti mencemari air hingga udara yang mengakibatkan warga setempat mengalami luka berupa gatal-gatal hingga bernanah, sawah milik warga pun hancur karena banyak cairan limbah PT Toba Pulp Lestari yang mengalir (Dirgantara, 2021). Pencemaran lingkungan juga dilakukan oleh PT Yasmin Bumi Asri dalam proyek reklamasi *Center Point of Indonesia* di Pantai Galesong, Sulawesi Selatan. Pengambilan 23 juta kubik pasir laut dalam proses pelaksanaan proyek, menyebabkan adanya perubahan ekosistem perairan, yakni terjadi pendalaman kurang lebih 10 meter dalam radius sekitar 4 mil dari bibir pantai. Sebanyak 13 dari 23 desa mengalami dampak parah dari abrasi yang terjadi sejak 2018. Pendapatan nelayan tradisional juga menurun hingga 80% akibat terganggunya ekosistem pantai (Ayuwuragil, 2018).

Menurut status lingkungan hidup Indonesia 2020 yang diterbitkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) Republik Indonesia, selama periode 2014-2019 luas lahan berhutan Indonesia mengalami penurunan dari 95,7 Ha pada tahun 2014 menjadi 94,1 Ha pada tahun 2019 seperti yang tersaji pada gambar 1. Kerusakan hutan akibat perubahan fungsi maupun peruntukan hutan merupakan salah satu faktor utama terjadinya penurunan luas lahan berhutan pada periode tersebut (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia, 2020).



Gambar 1. Grafik Perkembangan Luas Lahan Berhutan Indonesia 2014–2019

Dari sumber yang sama, indeks kualitas air Indonesia pada tahun 2015 menunjukkan secara nasional kualitas air sungai prioritas berada dalam kualitas cukup baik dengan angka Indeks Kualitas Air (IKA) sebesar 65,86 yang kemudian turun menjadi 58,68 pada tahun 2017. Kualitas air sungai pada tahun 2018 meningkat dan berada pada kategori baik dengan IKA rata-rata sebesar 72,77, namun turun menjadi kategori kurang baik pada tahun 2019 seperti yang tersaji pada gambar 2 (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia, 2020).



Gambar 2. Grafik Indeks Kualitas Air Indonesia 2015-2019

Pengungkapan lingkungan merupakan pertanggungjawaban aktivitas operasional perusahaan. Berita mengenai masalah lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan dari tahun ke tahun mengindikasikan bahwa isu lingkungan tidak akan ada habisnya. Pengungkapan lingkungan perusahaan harus diawasi dan ditinjau lebih dalam karena urgensi mengenai pelestarian lingkungan semakin tinggi. Standar, regulasi, dan diskusi mendalam mengenai lingkungan terus berkembang, baik yang diberlakukan secara nasional maupun internasional. Beberapa contohnya antara lain: (1) *Paris Agreement 2015* yang melahirkan *Nationally Determined Contribution (NDC)*, yakni kewajiban bagi setiap negara dalam mengupayakan pengurangan emisi gas rumah kaca, kebijakan pemerintah dan indikator pengukuran pemerintah dalam menghadapi perubahan iklim; (2) pengembangan indeks *Global Reporting Initiative (GRI) 2020* oleh *Global Reporting Initiative*, (3) Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan (LHK) Nomor 1 Tahun 2021 tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER); (4) Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) G20 yang salah satunya membahas isu lingkungan dalam Pertemuan Deputi Lingkungan dan Kelompok Kerja Keberlanjutan Iklim atau *Environment Deputies Meeting and Climate Sustainability Working Group (G20 EDM-CSWG)*.

Dalam artikel yang dimuat di Media Indonesia berjudul Negara G20 Satukan Komitmen untuk Isu Lingkungan dan Perubahan Iklim, pertemuan ini membahas 3 isu prioritas, antara lain: (1) Mendukung pemulihan yang berkelanjutan (*supporting more sustainable recovery*); (2) Peningkatan aksi berbasis daratan dan lautan untuk mendukung perlindungan lingkungan hidup dan tujuan pengendalian perubahan iklim (*enhancing land-and sea-based actions to support environment protection and climate objectives*); (3) Peningkatan mobilisasi sumber daya untuk mendukung perlindungan lingkungan hidup dan tujuan pengendalian perubahan iklim (*enhancing resource mobilization to support environment protection and climate objectives*). Aspek lingkungan (EDM) membahas komitmen, aksi nyata dan kepemimpinan dari negara G20 dalam menjawab ketiga isu prioritas tersebut melalui diskusi terkait topik: (1) *Land Degradation*; (2) *Halting Biodiversity Loss*; (3) *Integrated and Sustainable Water Management*; (4) *Resource Efficiency and Circular Economy*; (5) *Marine Litter*; (6) *Ocean Conservation*; dan (7) *Sustainable Finance* (Media Indonesia, 2022).

Pengaruh liputan media terhadap pengungkapan lingkungan memiliki urgensi sehingga perlu diteliti lebih lanjut karena hasil penelitian yang masih sulit untuk ditemukan. Peneliti telah melakukan riset, baik terhadap jurnal nasional maupun internasional dan telah ditemukan bahwa penelitian mengenai pengaruh liputan media cenderung berfokus pada seluruh komponen *Corporate Social Responsibility (CSR)*, yakni sosial, lingkungan, dan ekonomi atau *people, profit, planet (3P)*. Peneliti menemukan beberapa penelitian mengenai pengaruh liputan media terhadap pengungkapan lingkungan, dimana di antaranya merupakan penelitian 10 tahun yang lalu, yakni penelitian oleh Hammami & Hendijani Zadeh (2020); Junita & Yulianto (2018); Rupley et al., (2012); dan Branco & Rodrigues (2008).

Pengaruh sensitivitas lingkungan terhadap pengungkapan lingkungan memiliki urgensi sehingga perlu untuk diteliti lebih lanjut karena adanya hasil yang beragam dari penelitian terdahulu. Penelitian Ahmadi & Bouri (2017) terhadap perusahaan Perancis, dengan menggunakan indeks GRI untuk mengukur pengungkapan lingkungan, membuktikan bahwa sektor perusahaan dengan sensitivitas lingkungan yang tinggi, menyajikan pengungkapan lingkungan yang tinggi dibandingkan dengan sektor perusahaan yang tidak memiliki sensitivitas lingkungan, hal serupa juga diungkapkan oleh Dewi & Yasa (2017) pada penelitiannya terhadap perusahaan Indonesia, dengan menggunakan indeks PROPER sebagai pengukur pengungkapan lingkungan. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Hadiningtiyas & Mahmud (2017) mengungkapkan hal yang bertolak belakang. Hasil penelitian yang dilakukan pada perusahaan Indonesia, dengan menggunakan indeks PROPER sebagai pengukur pengungkapan lingkungan, membuktikan bahwa sensitivitas lingkungan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan lingkungan. Penelitian yang dilakukan oleh Yusoff et al. (2018) juga mendukung hal ini. Hasil penelitian yang dilakukan pada perusahaan Malaysia, dengan menggunakan indeks GRI untuk mengukur pengungkapan lingkungan, menyatakan bahwa, teori legitimasi dan teori *stakeholder* memiliki dukungan terbatas dalam konteks perusahaan Malaysia, yang tampaknya bergantung pada peraturan yang telah ditentukan (*regulatory requirement*) dalam keputusan perusahaan untuk menyusun pengungkapan lingkungan.

Gagasan awal dalam memilih topik mengenai pengaruh *Environmental Management System (EMS)* terhadap pengungkapan lingkungan karena ditemukan adanya hasil penelitian yang beragam mengenai pengaruh EMS terhadap pengungkapan lingkungan. Penelitian yang dilakukan oleh

Suhardjanto et al. (2018) dan Rahmawati & Budiwati (2018) menyatakan bahwa adanya pengaruh positif EMS terhadap pengungkapan lingkungan. Namun, Istiqomah & Wahyuningrum (2020) menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara EMS dan pengungkapan lingkungan. Bahkan menurut penelitian Ismail et al. (2018) ditemukan bahwa EMS memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan lingkungan.

Pemilihan topik pengaruh kedekatan konsumen terhadap pengungkapan lingkungan dilatarbelakangi oleh sedikitnya literatur penelitian yang ditemukan mengenai hal ini (Ismail et al., 2018). Menurut Branco & Rodrigues (2008) diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh kedekatan konsumen karena semakin dekat perusahaan dengan konsumen, semakin tinggi pula visibilitas sosial yang didapatkan oleh perusahaan, sehingga tentu ada pengaruh terhadap pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan, baik pengaruh positif maupun pengaruh negatif. Hasil penelitian yang ditemukan pun beragam. Ismail et al. (2018) menyatakan dalam penelitiannya bahwa tidak ada relasi positif antara kedekatan konsumen dengan pengungkapan lingkungan perusahaan. Hal serupa juga didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Santos et al. (2021) yang menyatakan bahwa kedekatan konsumen memiliki pengaruh negatif dan hubungan yang tidak signifikan baik terhadap pengungkapan sosial maupun pengungkapan lingkungan perusahaan. Penelitian Dias et al. (2019) membantah hal ini, dinyatakan dalam penelitian tersebut bahwa adanya pengaruh positif kedekatan konsumen terhadap pengungkapan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan. Gupta & Kumar (2021) juga membuktikan bahwa adanya pengaruh kedekatan konsumen terhadap pengungkapan lingkungan yang dilakukan perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan bukti empiris mengenai pengaruh liputan media, sensitivitas lingkungan, *Environmental Management System* (EMS), dan kedekatan konsumen terhadap pengungkapan lingkungan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2020.

2. Kajian Literatur

2.1. Teori Legitimasi

Menurut Suchman (1995), teori legitimasi menyatakan adanya pengaruh signifikan penerimaan masyarakat dalam kepastian keberlanjutan suatu perusahaan. Suchman (1995) juga menyatakan legitimasi merupakan generalisasi persepsi atau asumsi bahwa aksi apapun suatu entitas harus dibutuhkan, dinilai layak, atau dinilai tepat dengan konstruksi sosial yang berlaku di masyarakat, baik norma, nilai, kepercayaan, dan definisinya. Sedangkan menurut Brown & Deegan (1998), teori legitimasi mengemukakan bahwa suatu perusahaan harus memastikan secara terus-menerus apakah perusahaan tersebut beroperasi sesuai dengan batasan dan norma dari masyarakat. Batasan dan norma ini tidak tetap, namun terus berubah seiring berjalannya waktu. Perusahaan harus responsif terhadap perubahan ini karena ada suatu “kontrak sosial” antara perusahaan dan hal-hal yang terkena dampak dari operasional perusahaan tersebut.

2.2. Teori Stakeholder

Freeman & McVea (2001) menyatakan berdasarkan teori *stakeholder* bahwa suatu perusahaan harus bertanggung jawab dan memiliki hubungan efektif atas *primary stakeholders* dan *secondary stakeholders*. Menurut Clarkson (1995), *primary stakeholder* adalah pemangku kepentingan yang partisipasinya bersifat penting dan dibutuhkan secara berkelanjutan demi keberlangsungan usaha perusahaan dalam masyarakat. Pemangku kepentingan ini antara lain: (1) pemegang saham; (2) kreditur; (3) pegawai dan pelanggan; (4) pemasok; dan (5) pemerintah, pengembang regulasi, dan publik secara umum. Clarkson (1995) juga menyatakan *secondary stakeholder* adalah pemangku kepentingan yang memiliki pengaruh atau yang terdampak oleh suatu perusahaan, namun tidak terlibat dengan transaksi perusahaan, dan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keberlangsungan usaha perusahaan. Pemangku kepentingan ini yakni: (1) media; (2) akademisi; (3) kelompok advokasi konsumen; dan (4) kelompok pemerhati lingkungan (Clarkson, 1995; Eesley & Lenox, 2006; Elijido-ten, 2004).

2.3. Teori Media Agenda Setting

Menurut Ader (1995) teori *media agenda setting* menyatakan bahwa ada hubungan antara tingginya tingkat kesadaran suatu isu di komunitas dengan liputan media mengenai isu tersebut. Meningkatnya perhatian media pada suatu isu dipercaya dapat meningkatkan perhatian masyarakat

terhadap isu tersebut. Media tidak dipandang sebagai cerminan dari prioritas publik, namun dipandang sebagai sesuatu yang membentuk hal tersebut (Brown & Deegan, 1998).

2.4. Pengaruh Liputan Media terhadap Pengungkapan Lingkungan

Ashforth & Gibbs (1990) menyatakan dalam teori legitimasi bahwa legitimasi suatu perusahaan dapat diraih melalui berbagai cara, salah satunya cara mengomunikasikan informasi relevan bagi pemangku kepentingan. Informasi mengenai aktivitas lingkungan perusahaan yang dimiliki oleh pemangku kepentingan melalui publikasi internet diharapkan ada peningkatan dengan hadirnya media (Junita & Yulianto, 2018).

Hammami & Zadeh (2020) dalam teori *media agency setting* menyatakan bahwa seiring dengan meningkatnya permintaan publik mengenai pengungkapan lingkungan, sosial, dan tata kelola, dapat diprediksi pula adanya peningkatan peliputan media oleh publik, untuk memenuhi permintaan publik tersebut, perusahaan melakukan pengungkapan lingkungan yang lebih transparan. Liputan media memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pandangan pemangku kepentingan berdasarkan signifikansi dari isu lingkungan yang diliput dalam media tersebut. Hal ini menyebabkan peran liputan media sebagai penggerak perusahaan dalam pengungkapan lingkungan yang disajikan.

Penelitian mengenai pengungkapan lingkungan yang dilakukan Hammami & Zadeh (2020) menunjukkan bahwa liputan media merupakan salah satu penggerak utama pada tingkat transparansi pengungkapan lingkungan yang dilakukan oleh 233 perusahaan Kanada dalam periode 2008-2017. Teori yang mendasari variabel liputan media dalam penelitian tersebut yakni teori *media agenda setting* dan teori legitimasi. Hal serupa juga didukung oleh penelitian Junita & Yulianto (2018), penelitian yang menggunakan teori legitimasi atas dasar variabel liputan media menunjukkan bahwa liputan media berpengaruh positif terhadap pengungkapan lingkungan yang dilakukan oleh 11 perusahaan Indonesia dalam periode 2011-2015.

H₁: Liputan media berpengaruh positif terhadap pengungkapan lingkungan.

2.5. Pengaruh Sensitivitas Lingkungan terhadap Pengungkapan Lingkungan

Roberts (1992) menyatakan bahwa perusahaan diklasifikasikan baik ke dalam *environmentally sensitive industries* (ESI) atau perusahaan *high-profile*, maupun ke dalam *nonenvironmentally sensitive industries* (non-ESI) atau perusahaan *low-profile*. Roberts (1992) juga mendefinisikan perusahaan *high-profile* sebagai perusahaan dengan 'visibilitas konsumen, tingkat risiko tinggi, atau persaingan ketat yang terkonsentrasi'.

Penelitian mengenai pengungkapan lingkungan yang dilakukan Dewi & Yasa (2017) dengan dasar teori legitimasi dan teori *stakeholder* atas variabel sensitivitas lingkungan menemukan bahwa perusahaan di industri dengan sensitivitas lingkungan tinggi berpengaruh positif terhadap pengungkapan lingkungan pada 52 perusahaan publik non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan terdaftar menjadi peserta PROPER dalam periode 2012-2015.

Penelitian yang dilakukan oleh Ahmadi & Bouri (2017) juga menemukan hubungan positif antara sensitivitas lingkungan dan pengungkapan lingkungan pada 40 perusahaan Perancis dalam periode 2011-2013, dengan dasar teori *stakeholder* atas variabel sensitivitas lingkungan. Ahmadi & Bouri (2017) menyatakan dalam teori *stakeholder* bahwa perusahaan ESI akan melakukan pengungkapan lingkungan lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan non-ESI.

H₂: Sensitivitas lingkungan berpengaruh positif terhadap pengungkapan lingkungan.

2.6. Pengaruh *Environmental Management System* terhadap Pengungkapan Lingkungan

ISO 14001 adalah standar yang disepakati secara internasional yang menetapkan persyaratan untuk *environmental management system* (EMS). Standar ini membantu perusahaan untuk meningkatkan kinerja lingkungan melalui penggunaan bahan baku yang lebih efektif dan pengurangan limbah, mendapatkan keunggulan kompetitif, dan kepercayaan dari pemangku kepentingan. ISO 14001 mencakup kebutuhan untuk perbaikan terus-menerus dari sistem organisasi dan pendekatan perusahaan terhadap masalah lingkungan (International Organization for Standardization, 2015).

Penelitian mengenai pengungkapan lingkungan yang dilakukan oleh Suhardjanto et al. (2018) menemukan bahwa EMS berpengaruh terhadap pengungkapan lingkungan 41 perusahaan Indonesia

dan 56 perusahaan Malaysia dalam periode 2015. Teori yang digunakan untuk mendasari variabel EMS adalah teori legitimasi.

Hal ini juga didukung oleh hasil penelitian [Rahmawati & Budiwati \(2018\)](#) yakni, adanya pengaruh positif signifikan EMS terhadap pengungkapan lingkungan 22 perusahaan tambang Indonesia dan 17 perusahaan tambang Thailand dalam periode 2014-2016 dengan dasar teori *stakeholder*. [Rahmawati & Budiwati \(2018\)](#) dalam teori *stakeholder* bahwa perusahaan yang menerapkan ISO 14001 memiliki komitmen untuk melakukan perbaikan secara terus-menerus, bertahap, dan bersifat kesesuaian bukan kinerja.

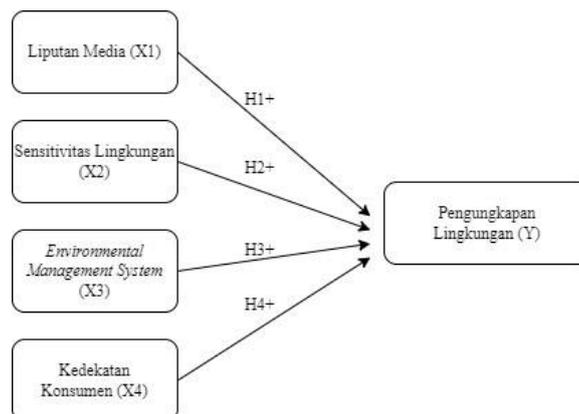
H₃: *Environmental Management System* berpengaruh positif terhadap pengungkapan lingkungan.

2.7. Pengaruh Kedekatan Konsumen terhadap Pengungkapan Lingkungan

[Roberts \(1992\)](#) mendefinisikan perusahaan *high-profile* sebagai perusahaan dengan visibilitas konsumen, tingkat risiko politik tinggi, atau persaingan ketat yang terkonsentrasi. Perusahaan *high-profile* antara lain: minyak; kimia; industri ekstraktif dan tambang; kehutanan dan kertas; otomotif; penerbangan; energi dan bahan bakar; transportasi dan pariwisata; agrikultur; minuman keras; tembakau; dan media komunikasi. [Zuhroh & Sukmawati \(2003\)](#) mendefinisikan perusahaan *low-profile* sebagai perusahaan yang tidak mendapatkan visibilitas konsumen tinggi jika perusahaan melakukan suatu kegagalan atau kesalahan dalam aspek proses produksi atau produk. Perusahaan *low-profile* antara lain: keuangan dan bank; makanan; kesehatan dan produk pribadi; hotel; bangunan; listrik; busana dan tekstil; pengecer; pasokan medis; properti; dan produk rumah tangga. Menurut [Branco & Rodrigues \(2008\)](#) semakin dekat perusahaan dengan konsumen, semakin tinggi pula visibilitas sosial yang didapatkan oleh perusahaan, sehingga tentu ada pengaruh terhadap pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan, baik pengaruh positif maupun pengaruh negatif.

Penelitian mengenai pengungkapan lingkungan yang dilakukan oleh [Dias et al. \(2019\)](#) terhadap 57 perusahaan kecil, medium, dan besar di Portugal, menyatakan dalam teori *stakeholder* bahwa perusahaan yang memiliki kedekatan dengan konsumen mengungkap informasi lebih banyak. Hal ini diakibatkan karena paparan publik yang tinggi sehingga perusahaan mengetahui bahwa menjaga citra yang baik sangat penting untuk kesuksesan perusahaan. Perusahaan perlu melakukan pengungkapan untuk memenuhi tuntutan dan ekspektasi dari *stakeholder*. Hal ini juga didukung oleh penelitian [Gupta & Kumar \(2021\)](#) terhadap 100 perusahaan NIFTY yang menyatakan dalam teori *stakeholder* dan teori legitimasi bahwa perusahaan dengan *high-visibility* memiliki pengungkapan lingkungan lebih tinggi daripada perusahaan dengan *low-visibility* untuk menghadapi permintaan dan ekspektasi *stakeholder*, meningkatkan transparansi, dan memastikan legitimasi terhadap konsumen.

H₄: Kedekatan konsumen berpengaruh positif terhadap pengungkapan lingkungan.



Gambar 3. Rerangka Konseptual

3. Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh pengungkapan lingkungan yang dilakukan perusahaan dalam laporan keberlanjutan oleh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam periode 2018-2020. Metode pengambilan sampel dipilih menggunakan metode *purposive sampling*. Kriteria perusahaan yang menjadi sampel dalam

penelitian ini antara lain: (1) perusahaan yang termasuk dalam 50 perusahaan dengan *market capitalization* terbesar selama periode 2018-2020 secara berturut-turut; (2) perusahaan yang menerbitkan laporan keberlanjutan lengkap dalam periode 2018-2020 secara berturut-turut. Jumlah sampel perusahaan yang memenuhi kriteria dalam penelitian ini sebanyak 15 perusahaan dengan periode observasi selama 3 tahun, sehingga total observasi sebanyak 45 perusahaan-tahun.

3.1. Pengungkapan Lingkungan

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan lingkungan perusahaan dengan pengukuran menggunakan indeks *Global Reporting Initiative* (GRI) 2016 yang mulai berlaku sejak Juli 2018. Penilaian pengungkapan lingkungan perusahaan berdasarkan GRI 2016 akan dilakukan dengan menghitung jumlah komponen lingkungan yang diungkapkan oleh perusahaan dibagi dengan total komponen pengungkapan lingkungan GRI 2016 (Dewi & Yasa, 2017; Diantimala & Amril, 2018; Junita & Yulianto, 2018; Rahmawati & Budiwati, 2018; Suhardjanto et al., 2018).

$$ED = \frac{\text{Total komponen lingkungan yang diungkap}}{\text{Total skor lingkungan GRI 2016}} \quad (1)$$

3.2. Liputan Media

Media yang digunakan untuk mengukur variabel ini adalah media yang dipublikasi secara daring mengenai setiap sampel perusahaan. Pengukuran variabel liputan media dilakukan dengan menggunakan rumus Janis-Fadner *coefficient* (Junita & Yulianto, 2018; Rupley et al., 2012; Solikhah & Winarsih, 2016).

$$\begin{aligned} \text{Janis-Fadner coefficient} &= \frac{(e^2 - ec)}{t^2} \text{ jika } e > c \\ &= \frac{(ec - c^2)}{t^2} \text{ jika } c > e \\ &= 0 \text{ jika } e = c \end{aligned} \quad (2)$$

Dengan keterangan e adalah jumlah artikel positif mengenai lingkungan, c adalah jumlah artikel negatif mengenai lingkungan dan t adalah jumlah artikel positif ditambah artikel negatif mengenai lingkungan.

3.3. Sensitivitas Lingkungan

Solikhah & Winarsih (2016) mendefinisikan sensitivitas lingkungan sebagai tingkat pengaruh operasional perusahaan terhadap lingkungan. Perusahaan ESI antara lain perusahaan beroperasi pada industri: (1) pertambangan; (2) minyak dan gas; (3) konstruksi dan bahan bangunan; (4) perhutanan dan kertas; (5) besi dan logam lainnya; (6) transportasi; (7) listrik; dan (8) distribusi gas dan air (Dias et al., 2019; Brown & Deegan, 1998). Sensitivitas lingkungan perusahaan diukur menggunakan variabel *dummy*, dimana 1 untuk perusahaan ESI dan 0 untuk perusahaan non-ESI (Ahmadi & Bouri, 2017; Dewi & Yasa, 2017; Hadiningtyas & Mahmud, 2017).

3.4. Environmental Management System

Environmental Management System (EMS) diukur dengan menggunakan variabel *dummy*, dimana 1 untuk perusahaan yang bersertifikat ISO 14001 dan 0 untuk perusahaan yang tidak bersertifikat ISO 14001 (Ismail et al., 2018; Rahmawati & Budiwati, 2018; Suhardjanto et al., 2018).

3.5. Kedekatan Konsumen

Perusahaan *high-visibility* antara lain perusahaan yang beroperasi pada industri: (1) barang rumah tangga dan tekstil; (2) minuman; (3) pengecer makanan dan obat-obatan; (4) layanan telekomunikasi; (5) listrik; (6) distribusi gas dan air (Dias et al., 2019; Brown & Deegan, 1998). Kedekatan konsumen diukur menggunakan variabel *dummy*, dimana 1 untuk perusahaan *high-visibility* dan 0 untuk perusahaan *low-visibility* (Branco & Rodrigues, 2008; Dias et al., 2019; Gupta & Kumar, 2021; Ismail et al., 2018; Santos et al., 2021).

3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil pengolahan data statistik deskriptif pada tabel 1 menunjukkan bahwa 15 perusahaan dalam periode 3 tahun melakukan pengungkapan lingkungan (*Environmental Disclosure*) dengan rata-rata sebanyak 29,6% dari total keseluruhan 30 komponen lingkungan GRI 2016 dalam laporan keberlanjutan tahunannya. Pengungkapan tertinggi sebesar 80% diungkap oleh PT Perusahaan Gas Negara Tbk pada tahun 2019 dan 2020. Hal ini membuktikan bahwa pengungkapan lingkungan oleh perusahaan masih tergolong rendah (Dewi & Yasa, 2017; Diantimala & Amril, 2018; Junita & Yulianto, 2018; Rahmawati & Budiwati, 2018; Suhardjanto et al., 2018).

Variabel liputan media memiliki nilai terendah sebesar -1,00 pada tahun 2018 oleh PT Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk, hal ini dikarenakan berita negatif mengenai lingkungan lebih banyak jika dibandingkan dengan berita positif. Sedangkan nilai tertinggi sebesar 1,00 diraih oleh 8 perusahaan selama tahun 2017-2019 yang menunjukkan bahwa berita positif mengenai lingkungan lebih banyak jika dibandingkan dengan berita negatif (Junita & Yulianto, 2018; Rupley et al., 2012; Solikhah & Winarsih, 2016).

Hasil pengolahan data variabel sensitivitas lingkungan menunjukkan sebanyak 60% atau 9 dari total 15 perusahaan merupakan perusahaan *high-profile* atau perusahaan yang beroperasi pada industri dengan tingkat sensitivitas lingkungannya tinggi, antara lain: (1) pertambangan; (2) minyak dan gas; (3) konstruksi dan bahan bangunan; (4) perhutanan dan kertas; (5) besi dan logam lainnya; (6) transportasi; (7) listrik; dan (8) distribusi gas dan air (Dias et al., 2019; Brown & Deegan, 1998). Sedangkan 40% atau 6 perusahaan lainnya merupakan perusahaan *low-profile* atau perusahaan yang beroperasi pada industri dengan tingkat sensitivitas lingkungannya rendah (Ahmadi & Bouri, 2017; Dewi & Yasa, 2017; Hadiningtyas & Mahmud, 2017).

11 perusahaan atau 73,33% dari total 15 perusahaan memiliki sertifikasi ISO 14001 sebagai dasar perhitungan variabel EMS, dan 4 perusahaan atau 26,67% tidak memiliki sertifikasi ISO 14001. Hal ini dikarenakan 4 perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang bergerak di sektor keuangan (Ismail et al., 2018; Rahmawati & Budiwati, 2018; Suhardjanto et al., 2018).

Hasil pengolahan data variabel kedekatan konsumen terdapat 20% atau 3 perusahaan dari total 15 perusahaan merupakan perusahaan *high-visibility* atau perusahaan yang beroperasi pada industri antara lain: (1) barang rumah tangga; (2) obat-obatan dan; (3) gas (Dias et al., 2019; Brown & Deegan, 1998). Sedangkan 80% atau 12 perusahaan lainnya merupakan perusahaan dengan *low-visibility* atau perusahaan yang tidak mendapatkan visibilitas konsumen tinggi jika perusahaan melakukan suatu kegagalan atau kesalahan dalam aspek proses produksi atau produk (Zuhroh & Sukmawati, 2003).

Tabel 1. Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Dev
Y	45	0.00	0.80	0.296	0.189
X1	45	-1.00	1.00	0.325	0.477
X2	45	0.00	1.00	0.600	0.495
X3	45	0.00	1.00	0.733	0.447
X4	45	0.00	1.00	0.200	0.405

Uji koefisien determinasi dilakukan menggunakan nilai *adjusted R²* pada tabel 2 sebesar 0,406 atau 40,56% sehingga dapat dibuktikan bahwa variabel independen memiliki pengaruh kontribusi sebesar 40,56% terhadap variabel dependen dan 59,44% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel independen.

Uji F dilakukan menggunakan Uji ANOVA. Tabel 2 menunjukkan nilai signifikan F sebesar 0.000, hal ini membuktikan bahwa model regresi layak untuk digunakan.

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis. Jika nilai signifikansi uji t pada tabel *coefficients* sebesar < 0,05 maka hipotesis didukung, hal tersebut menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen. Tabel 2 menunjukkan bahwa secara statistik signifikansi uji t liputan media sebesar 0,964, sensitivitas lingkungan sebesar 0,001, *Environmental Management System* sebesar 0,139, dan kedekatan konsumen sebesar 0,005. Dapat disimpulkan bahwa: (1) liputan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan lingkungan perusahaan dan hipotesis tidak didukung; (2) sensitivitas lingkungan berpengaruh terhadap pengungkapan

lingkungan perusahaan dan hipotesis didukung; (3) EMS tidak berpengaruh terhadap pengungkapan lingkungan perusahaan dan hipotesis tidak didukung; (4) kedekatan konsumen berpengaruh terhadap pengungkapan lingkungan perusahaan dan hipotesis didukung.

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Coefficients	t	Sig.*
(Constant)	0.136	3.100	0.004
Liputan Media	0.002	0.046	0.964
Sensitivitas Lingkungan	0.388	3.744	0.001
Environment Management System	-0.174	-1.510	0.139
Kedekatan Konsumen	0.271	2.992	0.005
R Square	0.460		
Adjusted R Square	0.406		
F	8.505		
Sig.	0.000		
Keterangan:			
(*) Sig 5%			

4.1. Pengaruh Liputan Media terhadap Pengungkapan Lingkungan

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa liputan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan lingkungan yang dilakukan perusahaan. Liputan media memiliki signifikansi sebesar 0,964 atau lebih besar dari nilai signifikansi t sebesar 0,05. Hal ini tidak konsisten dengan teori legitimasi dan teori *media agency setting* yang menjadi dasar teori variabel ini. Berdasarkan data penelitian yang digunakan, peliputan media mengenai dampak lingkungan perusahaan masih sangat sedikit jika dibandingkan dengan peliputan media mengenai kinerja ekonomi perusahaan. Hal tersebut membuktikan bahwa perusahaan sampel tidak terlalu menjadikan pengungkapan lingkungan mereka sebagai prioritas yang sama dengan pengungkapan ekonomi perusahaan. [Brown & Deegan \(1998\)](#) juga menyatakan bahwa pada beberapa industri, pengungkapan lingkungan perusahaan tidak dikaitkan dengan liputan media positif maupun negatif.

Hasil ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh [Solikhah & Winarsih \(2016\)](#) yang menyatakan bahwa media dalam membuat liputan cenderung memublikasikan isu-isu besar saja karena anggapan bahwa isu-isu kecil kurang menjadi perhatian masyarakat, sehingga tidak dapat dijadikan sebagai suatu faktor penentu pengungkapan lingkungan perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh [Widiastuti., et al \(2018\)](#) juga menyatakan bahwa tidak adanya pengaruh liputan media dapat disebabkan karena kecilnya publikasi media mengenai kegiatan CSR perusahaan dan kemampuan jumlah publikasi oleh media daring belum dapat mengukur peliputan media. Pemberitaan positif oleh media dapat terjadi karena permintaan perusahaan, sehingga tidak dapat menjadi jaminan untuk mengukur pengaruh liputan media terhadap pengungkapan yang dilakukan perusahaan. Berdasarkan pembahasan tersebut maka H_1 tidak didukung.

4.2. Pengaruh Sensitivitas Lingkungan terhadap Pengungkapan Lingkungan

Hasil uji hipotesis mendukung hipotesis yang kedua yakni sensitivitas lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan lingkungan. Sensitivitas lingkungan memiliki signifikansi sebesar 0,001 atau kurang dari nilai signifikansi uji t sebesar 0,05. Sebanyak 60% dari 15 perusahaan yang menjadi sampel penelitian merupakan perusahaan ESI.

Penelitian ini mendukung penelitian-penelitian sebelumnya. [Ahmadi & Bouri \(2017\)](#) menyatakan berdasarkan teori *stakeholder* bahwa perusahaan ESI akan melakukan pengungkapan lingkungan lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan non-ESI karena perusahaan dengan tingkat sensitivitas lingkungan tinggi menghadapi persyaratan pemerintah yang lebih ketat, mengingat perusahaan-perusahaan ini memiliki kemampuan lebih dalam mempengaruhi kondisi lingkungan atas operasionalnya. Berdasarkan teori yang sama, [Gupta & Kumar \(2021\)](#) menyatakan bahwa seiring dengan meningkatnya ketertarikan *stakeholder* terhadap kinerja internal perusahaan, maka perusahaan ESI berusaha untuk meningkatkan pengungkapan atas kinerja lingkungannya.

[Dewi & Yasa \(2017\)](#) menyatakan berdasarkan teori legitimasi bahwa perusahaan ESI melakukan pengungkapan lingkungan lebih tinggi karena perusahaan ESI lebih banyak berhubungan dengan lingkungan dan dibatasi oleh hukum, sehingga untuk melakukan operasional apapun suatu perusahaan harus dibutuhkan, dinilai layak, atau dinilai tepat dengan konstruksi sosial yang berlaku

di masyarakat. [Hadiningtyas & Mahmud \(2017\)](#) juga menyatakan bahwa perusahaan *high-profile* atau perusahaan ESI cenderung menginginkan legitimasi yang tinggi dari masyarakat melalui pengungkapan informasi oleh perusahaan. Masyarakat kemungkinan besar memiliki perhatian yang lebih terhadap operasional perusahaan. Perusahaan *high-profile* akan cenderung berusaha menerbitkan pengungkapan lingkungan yang tinggi untuk menghindari adanya celah legitimasi antara perusahaan dan masyarakat ([Hadiningtyas & Mahmud, 2017](#)). Berdasarkan pembahasan tersebut maka H₂ didukung.

4.3. Pengaruh *Environmental Management System* terhadap Pengungkapan Lingkungan

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa tidak ada pengaruh antara EMS dengan pengungkapan lingkungan yang dilakukan perusahaan. EMS memiliki signifikansi sebesar 0,139 atau lebih besar dari nilai signifikansi t sebesar 0,05. Sebanyak 26,7% dari total perusahaan sampel merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan dan tidak memiliki sertifikasi ISO 14001 sebagai indikator pengukuran EMS. Namun, hal ini tidak membuat perusahaan-perusahaan tersebut untuk mengurangi pengungkapan lingkungan mereka. Hasil pengukuran yang telah dilakukan menggunakan skor GRI 2016, ditemukan bahwa pada tahun 2020 PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk mengungkapkan 12 dari 30 komponen skor GRI G4. Pengungkapan ini bahkan lebih tinggi jika dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki sertifikasi ISO 14001 seperti: (1) United Tractors Tbk yang mengungkap 11 komponen; (2) Astra International Tbk yang mengungkap 10 komponen; dan (3) PT Chandra Asri Petrochemical Tbk yang mengungkap 7 komponen. Oleh karena itu, hasil penelitian ini tidak sesuai dengan dasar teori yang digunakan untuk variabel ini, yakni teori *stakeholder* dan teori legitimasi.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan [Istiqomah & Wahyuningrum \(2020\)](#), yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara EMS dan pengungkapan lingkungan. Hal terjadi karena EMS hanyalah suatu sistem atau kerangka yang digunakan perusahaan untuk mengelola dampak lingkungan bukan suatu sistem untuk mengungkapkan informasi mengenai dampak lingkungan perusahaan. Bahkan menurut penelitian [Ismail et al. \(2018\)](#) ditemukan bahwa EMS memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan lingkungan. Berdasarkan pembahasan tersebut maka H₃ tidak didukung.

4.4. Pengaruh Kedekatan Konsumen terhadap Pengungkapan Lingkungan

Hasil uji hipotesis mendukung pengaruh variabel keempat yakni kedekatan konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan lingkungan. Hasil uji t variabel kedekatan konsumen memiliki signifikansi sebesar 0,005 atau kurang dari nilai signifikansi t sebesar 0,05. Hasil penelitian ini sesuai dengan dasar teori yang digunakan untuk variabel ini, yakni teori *stakeholder*. Semakin dekat perusahaan dengan konsumen, semakin tinggi pula visibilitas sosial yang didapatkan oleh perusahaan, sehingga tentu ada pengaruh terhadap pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan, baik pengaruh positif maupun pengaruh negatif ([Branco & Rodrigues, 2008](#)).

Hasil ini mendukung penelitian [Dias et al. \(2019\)](#) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh positif kedekatan konsumen terhadap pengungkapan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan. Berdasarkan teori *stakeholder*, perusahaan yang memiliki kedekatan dengan konsumen mengungkap informasi lebih banyak karena paparan publik yang tinggi, sehingga perusahaan mengetahui bahwa menjaga citra yang baik sangat penting untuk kesuksesan perusahaan. [Gupta & Kumar \(2021\)](#) juga membuktikan berdasarkan teori *stakeholder* dan teori legitimasi bahwa perusahaan dengan *high-visibility* memiliki pengungkapan lingkungan lebih tinggi daripada perusahaan dengan *low-visibility* untuk menghadapi permintaan dan ekspektasi *stakeholder*, meningkatkan transparansi, dan memastikan legitimasi terhadap konsumen. Berdasarkan pembahasan tersebut maka H₄ didukung.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian terhadap 15 perusahaan yang termasuk dalam 50 perusahaan dengan *market capitalization* terbesar dan menerbitkan laporan keberlanjutan berturut-turut selama periode 2018-2020, dapat disimpulkan bahwa sensitivitas lingkungan dan kedekatan konsumen berpengaruh terhadap pengungkapan lingkungan perusahaan. Sedangkan liputan media dan *Environment Management System* (EMS) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan lingkungan perusahaan.

Keterbatasan dalam penelitian ini antara lain: (1) penelitian ini hanya mengambil informasi lingkungan yang diungkapkan pada laporan keberlanjutan perusahaan, sehingga tidak termasuk informasi lingkungan yang diungkap pada *platform* atau laporan lain; (2) liputan media mengenai kinerja lingkungan perusahaan masih sedikit dibandingkan dengan kinerja ekonomi perusahaan, hal ini tidak menutup kemungkinan bahwa ada kinerja lingkungan perusahaan yang luput dari liputan media.

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah: (1) menambah kualifikasi sampel data penelitian, sehingga hasil penelitian pun lebih luas dan beragam terhadap kondisi pengungkapan lingkungan; (2) menambah informasi lingkungan dari *platform* atau laporan lainnya, seperti *website* dan laporan tahunan perusahaan; dan (3) menambah sumber berita tertulis seperti koran, majalah atau media tertulis lainnya, sehingga dapat memberikan peliputan media yang lebih luas dibandingkan hanya menggunakan sumber peliputan media *online*.

Daftar Pustaka

- Ader, C. R. (1995). A longitudinal study of agenda setting for the issue of environmental pollution. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 72(2), 300–311. <https://doi.org/10.1177/107769909507200204>
- Ahmadi, A., & Bouri, A. (2017). The relationship between financial attributes, environmental performance and environmental disclosure: empirical investigation on French firms listed on CAC 40. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 28(4), 490–506. <https://doi.org/10.1108/MEQ-07-2015-0132>
- Ashforth, B. E., & Gibbs, B. W. (1990). The double-edge of organizational legitimation. *Organization Science*, 1(2), 177–194. <https://doi.org/10.1287/orsc.1.2.177>
- Ayuwuragil, K. (2018). *Gugatan walhi soal tambang PT CPM kandas di PTUN Jakarta*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20180904171638-20-327590/gugatan-walhi-soal-tambang-pt-cpm-kandas-di-ptun-jakarta>
- Branco, M. C., & Rodrigues, L. L. (2008). Factors influencing social responsibility disclosure by Portuguese companies. *Journal of Business Ethics*, 83(4), 685–701. <https://doi.org/10.1007/s10551-007-9658-z>
- Brown, N., & Deegan, C. (1998). The public disclosure of environmental performance information - a dual test of media agenda setting theory and legitimacy theory. *Accounting and Business Research*, 29(1), 21–41. <https://doi.org/10.1080/00014788.1998.9729564>
- Budiarti, M., & Raharjo, S. T. (2014). Corporate social responsibility (CSR) dari sudut pandang perusahaan. *Share Social Work Journal*, 4(1). <https://doi.org/10.1177/0007650305281658>
- Clarkson, M. B. E. (1995). A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of Management Review*, 20(1), 92–117.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design : qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Dewi, I. A. P. O. Y., & Yasa, G. W. (2017). Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, tipe industri dan kinerja lingkungan terhadap environmental disclosure. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 20(3), 2362–2391.
- Diantimala, Y., & Amril, T. A. (2018). The effect of ownership structure, financial and environmental performances on environmental disclosure. *Accounting Analysis Journal*, 7(1), 70–77. <https://doi.org/10.15294/aaj.v5i3.20019>
- Dias, A., Rodrigues, L. L., Craig, R., & Neves, M. E. (2019). Corporate social responsibility disclosure in small and medium-sized entities and large companies. *Social Responsibility Journal*, 15(2), 137–154. <https://doi.org/10.1108/SRJ-05-2017-0090>

- Dirgantara, A. (2021). *Diduga cemari lingkungan 34 tahun, pabrik di Toba diadukan ke bareskrim*. DetikNews. https://news.detik.com/berita/d-5598047/diduga-cemari-lingkungan-34-tahun-pabrik-di-toba-diadukan-ke-bareskrim?_ga=2.65667246.1261088458.1647438399-1853800176.1645604070
- Eesley, C., & Lenox, M. J. (2006). Firm responses to secondary stakeholder action. *Strategic Management Journal*, 27(8), 765–781. <https://doi.org/10.1002/smj.536>
- Elijido-ten, E. (2004). Determinants of environmental disclosures in a developing country: an application of the stakeholder theory. *Fourth Asia Pacific Interdisciplinary Research in Accounting Conference, July*, 1–28.
- Freeman, R. E., & McVea, J. (2001). A Stakeholder approach to strategic management. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.263511>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang, Universitas Diponegoro.
- Global Reporting Initiative. (2022). *About GRI*. <https://www.globalreporting.org/about-gri/>
- Gupta, R., & Kumar, P. (2021). Corporate social responsibility practices: an empirical study of voluntary and mandatory disclosure by NIFTY 100 companies. *Journal of Public Affairs*, August. <https://doi.org/10.1002/pa.2748>
- Hadiningtyas, S. W., & Mahmud, A. (2017). Determinant of environmental disclosure on companies listed in indonesia stock exchange (IDX). *Accounting Analysis Journal*, 6(3), 380–393.
- Hammami, A., & Hendijani Zadeh, M. (2020). Audit quality, media coverage, environmental, social, and governance disclosure and firm investment efficiency: evidence from Canada. *International Journal of Accounting and Information Management*, 28(1), 45–72. <https://doi.org/10.1108/IJAIM-03-2019-0041>
- International Organization for Standardization. (2015). *ISO 14001 Key Benefits*. ISO Central Secretariat Chemin. <https://doi.org/10.21608/jces.2020.119643>
- Ismail, A. H., Rahman, A. A., & Hezabr, A. A. (2018). Determinants of corporate environmental disclosure quality of oil and gas industry in developing countries. *International Journal of Ethics and Systems*, 34(4), 527–563. <https://doi.org/10.1108/IJOES-03-2018-0042>
- Istiqomah, I., & Wahyuningrum, I. F. S. (2020). Factors affecting environmental disclosure in companies listed on the Tokyo stock exchange. *Accounting Analysis Journal*, 9(1), 22–29. <https://doi.org/10.15294/aaj.v9i1.30019>
- Junita, N. L., & Yulianto, A. (2018). The determinants affecting environmental disclosure in the high profile companies in Indonesia. *Accounting Analysis Journal*, 7(3), 114–150. <https://doi.org/10.15294/aaj.v7i3.18410>
- Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia. (2020). *Status Lingkungan Hidup Indonesia 2020*. Jakarta: Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia. ISBN 978-602-8358-95-8.
- Manita, R., Bruna, M. G., Dang, R., & Houanti, L. (2018). Board gender diversity and ESG disclosure: evidence from the USA. *Journal of Applied Accounting Research*, 19(2), 206–224. <https://doi.org/10.1108/JAAR-01-2017-0024>
- Media Indonesia. (2022). Negara G20 Satukan Komitmen untuk Isu Lingkungan dan Perubahan Iklim. Diakses tanggal 1 September 2022. <https://mediaindonesia.com/humaniora/518740/negara-g20-satukan-komitmen-untukisulingkungan-dan-perubahahn-ikim>
- Nugraha, D. E. B., & Juliarto, A. (2015). Pengaruh ukuran perusahaan, tipe industri, profitabilitas, leverage, dan kinerja lingkungan terhadap environmental disclosure. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 4(4), 1–15.

- Rahmawati, S., & Budiwati, C. (2018). karakteristik perusahaan, ISO 14001, dan pengungkapan lingkungan: studi komparatif di Indonesia dan Thailand. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 18(1), 74–87.
- Roberts, R. W. (1992). Determinants of corporate social responsibility disclosure: an application of stakeholder theory. *Accounting, Organizations and Society*, 17(6), 595–612. [https://doi.org/10.1016/0361-3682\(92\)90015-K](https://doi.org/10.1016/0361-3682(92)90015-K)
- Rupley, K. H., Brown, D., & Marshall, R. S. (2012). Governance, media and the quality of environmental disclosure. *Journal of Accounting and Public Policy*, 31(6), 610–640. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2012.09.002>
- Santos, J. A. Dos, Moura-Leite, R., Pereira, M. W. G., & Pagán, M. (2021). Social and environmental disclosure of the largest companies in Brazil's agribusiness sector. *Social Responsibility Journal*, 17(8), 1009–1027. <https://doi.org/10.1108/SRJ-01-2019-0009>
- Skouloudis, A., Jones, N., Malesios, C., & Evangelinos, K. (2014). Trends and determinants of corporate non-financial disclosure in Greece. *Journal of Cleaner Production*, 68, 174–188. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.12.048>
- Solikhah, B., & Winarsih, A. M. (2016). Pengaruh liputan media, kepekaan industri, dan struktur tata kelola perusahaan terhadap kualitas pengungkapan lingkungan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 13(1), 1–22. <https://doi.org/10.21002/jaki.2016.01>
- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: strategic and approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571–610. <https://doi.org/10.2307/258788>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Suhardjanto, D., Purwanto, Ashardianti, D., & Setiany, E. (2018). Environmental disclosure in agricultural sector and consumer goods annual report (comparison between Indonesia and Malaysia). *Review of Integrative Business and Economics Research*, 7, 203.
- Surroca, J., Tribo, J. A., & Waddock, S. (2010). Corporate responsibility and financial performance: the role of intangible resources. *Strategic Management Journal*, 31, 463–490. <https://doi.org/10.1002/smj.820>
- Trireksani, T., & Djajadikerta, H. (2016). Corporate governance and environmental disclosure in the Indonesian mining industry. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 10(3), 18–28. <https://doi.org/10.14453/aabfj.v10i1.3>
- Widiastuti, H., Utami, E.R., Handoko, R. (2018). Pengaruh ukuran perusahaan, tipe industri, growth, dan media exposure terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (studi empiris pada perusahaan yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2014-2015). *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 3, 107. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v3i2.6745>
- Yusoff, H., Kamaruddin, S. H., & Ghani, E. K. (2018). Environmental reporting practices of top public listed companies: analyzing pre-post corporate social responsibility framework. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 2(1), 50. <https://doi.org/10.28992/ijsam.v2i1.48>
- Zuhroh, D., & Sukmawati, I. P. P. H. (2003). Analisis pengaruh luas pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan terhadap reaksi investor (studi kasus pada perusahaan-perusahaan high profile di BEI). *Simposium Nasional Akuntansi*.