

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji bagaimana pemangku kepentingan (kreditur, media massa, konsumen) dapat memengaruhi kinerja perusahaan dengan peran mediasi pengungkapan CSR di Indonesia, dalam periode 2019-2021. Penelitian ini menggunakan variabel dependen kinerja perusahaan variabel independen (kreditur, media massa, konsumen) dan variabel mediasi pengungkapan CSR.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam periode 2019-2021. Dengan menggunakan *purposive sampling* dalam pemilihan sampel maka diperoleh sebanyak 126 sampel penelitian dalam tiga tahun berturut-turut (2019-2021). Hipotesis penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda.

Temuan dari penelitian ini mengungkapkan ada pengaruh positif media massa terhadap pengungkapan CSR, pengungkapan CSR terhadap kinerja perusahaan, dan konsumen terhadap kinerja perusahaan. sedangkan hasil penelitian juga menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh dari kreditur terhadap CSR, konsumen terhadap pengungkapan CSR, kreditur terhadap kinerja perusahaan dan media massa terhadap kinerja perusahaan serta tidak ada pengaruh pemangku kepentingan (kreditur, media massa, dan konsumen) terhadap kinerja perusahaan dengan mediasi pengungkapan CSR.

Kata kunci : Kreditur, Media Massa, Kedekatan Konsumen, Pengungkapan CSR, Kinerja Perusahaan



SEMARANG
FEB UNDIP