

**PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, KEPEMILIKAN
MANAJERIAL DAN MEDIA EKSPOSURE TERHADAP PENGUNGKAPAN
TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN**

**(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI tahun
2014)**

OZA TRIWIBOWO
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
otriwibowo@yahoo.com

ABSTRACT

This research is aimed at evaluating the influence of characteristics of profitability, company size, managerial ownership and media exposure toward the disclosure of corporate social responsibility. The aforementioned variable are chosen for the research since previous research indicates inconsistent result, and moreover the variable of media exposure is still rarely used in Indonesia.

This research uses manufactures company listed in Indonesia Stock Exchange (BEI) in the period of 2014 as its sample in the amount of 144 companies. Out of those 144 companies, 70 of them are qualified to be used as the sample of the research. This research use multiple regression test. The result shows that media exposure gives positive influence toward the disclosure of corporate social responsibility.

Meanwhile, profitability, company size and managerial ownership do not give positif influence.

***Keywords : Profitability, Company Size, Managerial Ownership, Media Exposure,
Disclosure of Corporate Social Resposiility (CSR).***

A. PENDAHULUAN

Pada umumnya setiap perusahaan ingin mendapatkan laba yang besar dan melakukan produksi sebanyak mungkin, Akan tetapi mayoritas dari perusahaan tersebut tidak memperhatikan dampak yang terjadi pada lingkungan perusahaan. Kegiatan perusahaan yang bergerak di bidang pemanfaatan sumber daya alam baik secara langsung maupun yang tidak langsung tentu memberikan dampak negatif pada lingkungan sekitar perusahaan seperti polusi, limbah, kesehatan, keamanan dan tenaga kerja. Sudah menjadi tanggung jawab setiap perusahaan untuk menjaga lingkungan sekitar termasuk karyawan dan masyarakat.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* adalah sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja. Tapi tanggung jawab sosial perusahaan harus berpijak pada *triple bottom line* yaitu juga memperhatikan masalah sosial dan lingkungan. Untuk menjaga kepercayaan para *stakeholder*, *shareholder* dan masyarakat perusahaan menyajikan informasi-informasi dalam laporan tahunannya secara lengkap.

Kewajiban untuk melaksanakan CSR tertuang dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74. Pasal tersebut menyatakan bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang/berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Indrawan, 2011). Pengungkapan CSR sangat di butuhkan sebagai sumber informasi bagi

para investor dan *Stakeholder* untuk mengetahui seberapa jauh perusahaan menjaga hubungan dengan lingkungan dan sosial perusahaan.

Dampak yang dapat kita lihat dari perusahaan yang tidak bertanggung jawab terhadap lingkungan dan hanya mementingkan profit bagi perusahaan yaitu pembakaran hutan dengan sengaja untuk memperluas lahan perkebunan. Seperti yang diungkapkan Susanto (2015) dalam artikelnya, lebih dari 90 persen kebakaran hutan di Indonesia disebabkan oleh manusia atau sengaja dibakar.

Faktor yang menyebabkan perusahaan melakukan perusakan lingkungan salah satunya yaitu dikarenakan perusahaan ingin meningkatkan hasil produksi agar berdampak pada kenaikan laba. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sehingga mampu meningkatkan nilai pemegang saham perusahaan (Munif *et al.*, 2010). Pada dasarnya perusahaan hanya bertujuan untuk menghasilkan laba yang tinggi setiap tahunnya agar dapat dinilai sebagai perusahaan yang baik. Aktivitas CSR bukanlah hal yang merugikan dan tidak bermanfaat bagi keberlangsungan perusahaan, melainkan langkah strategis jangka panjang bagi perusahaan yang memberikan efek positif (Nurkhin, 2009).

Penelitian terdahulu tentang profitabilitas yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mempunyai hasil yang berbeda-beda. Penelitian dari Nugroho dan Yulianto (2015) menghasilkan temuan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan penelitian Ekowati *et al.*, (2010) dan Nurkhin (2009) menunjukkan hasil yang positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Ukuran perusahaan juga merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Secara umum perusahaan yang besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak dari pada perusahaan kecil. Teori agensi menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar. Untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, perusahaan akan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial lebih luas.

Penelitian Adawiyah (2013) mengasilkan temuan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sejalan dengan hasil penelitian Munif *et al.*, (2010) yang juga menghasilkan temuan yang sama. Hasil penelitian Anggraini (2006) menunjukkan hasil yang negatif terhadap pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Kepemilikan manajerial adalah kepemilikan saham oleh manajer (agen). Konflik kepentingan antara manajer dengan pemilik menjadi semakin besar ketika kepemilikan manajer terhadap perusahaan semakin kecil, dalam hal ini manajer akan berusaha untuk memaksimalkan kepentingan dirinya dibandingkan kepentingan perusahaan. Salah satu cara untuk mengatasi permasalahan yang ada, perusahaan dapat meningkatkan kepemilikan manajerial agar manajer termotivasi untuk meningkatkan kinerjanya.

Penelitian Fajrina (2014) mendapatkan hasil penelitian bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial

perusahaan, sejalan dengan penelitian Purbopangestu dan Subowo (2014) yang juga mendapatkan hasil bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. penelitian yang dilakukan Setyarini dan Paramitha (2014) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Perusahaan pada umumnya memberikan informasi CSR didalam laporan tahunan saja. perusahaan bisa lebih efisien mengungkapkan informasi perusahaan lewat media karena melalui media para pemangku kepentingan bisa memantau perusahaan secara berkesinambungan. *Media exposure* merupakan salah satu cara atau sumber utama untuk memberikan informasi kepada *shareholder* dan *stakeholder*. Menurut Nur dan Priantinah (2012) jika perusahaan ingin mendapatkan kepercayaan dan legitimasi kegiatan CSR, maka perusahaan harus mempunyai kapasitas untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan dan berkomunikasi dengan pemangku kepentingan dengan efektif..

Perusahaan yang berusaha menjaga keseimbangan sosial dan lingkungan akan memberikan kemudahan bagi para pemangku kepentingan untuk memantau aktivitas perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan Ekowati *et al.*, (2010) dan Munif *et al.*, (2010) menunjukkan bahwa pengungkapan media berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, sejalan dengan teori legitimasi perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR akan mendapatkan respon positif dari masyarakat. Penelitian Nur dan Priantinah (2012) menunjukkan bahwa pengungkapan media

berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian diatas penelitian ini menggunakan variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial dan *media exposure*.

Terdapat empat rumusan masalah dalam penelitian ini yakni, apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, apakah kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan apakah media exposure berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini mempunyai empat tujuan yakni untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, untuk mengetahui pengaruh kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, dan untuk mengetahui pengaruh media exposure terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

B. RERANGKA TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

1. Teori Legitimasi

Menurut Nurkhin (2009) teori legitimasi merupakan salah satu teori yang melandasi pengungkapan CSR. Pengungkapan tanggung jawab sosial

perusahaan dilakukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat. Teori Legimitasi mengakui bahwa bisnis dibatasi oleh kontrak sosial dimana perusahaan sepakat untuk menunjukkan aktivitas sosial perusahaan kepada masyarakat agar perusahaan dapat diterima oleh masyarakat.

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan kedepan. Legitimasi dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengkonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri keberpihakan perusahaan ditengah lingkungan masyarakat (Hadi, 2010).

2. Teori *Stakeholder*

Menurut Gozali dan Chariri dalam Munif *et al.*, (2010) menyatakan bahwa dalam *stakeholder theory*, perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* (pemegang saham, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain). Pengungkapan CSR sangat penting karena para *stakeholder* membutuhkan informasi untuk melakukan evaluasi dan mengetahui sejauh mana perusahaan melaksanakan perannya sesuai dengan keinginan *stakeholder*, Sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan CSR yang telah dilakukan. Perusahaan mempunyai kewajiban

untuk mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosialnya sebaik mungkin untuk mencerminkan sejauh mana perusahaan menerapkan kegiatan CSR.

3. Teori Agensi

Teori agensi merupakan tindakan individu untuk kepentingan diri mereka sendiri sehingga terkadang mengabaikan kepentingan perusahaan. Teori keagenan menyatakan bahwa semakin banyak kepemilikan perusahaan di dalam perusahaan, manajemen akan semakin banyak melakukan kegiatan positif. Perusahaan dengan kepemilikan manajemen yang besar dan memiliki risiko politis yang tinggi cenderung mengungkapkan informasi sosial yang lebih banyak dibandingkan perusahaan lain (Fajrina, 2014). Menurut Ekowati *et al.*, (2010) teori agensi mengarah pada tujuan agensi, pemilik (*principal*) yang, memberi mandat pada pekerja (*agent*).

4. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

CSR merupakan suatu kegiatan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan, baik lingkungan didalam maupun diluar perusahaan. Pengungkapan CSR dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan yang berkaitan dengan interaksi organisasi, lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya yang dapat dibuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah.

Menurut ACCA dalam Anggraini (2006) Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*, yaitu pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*).

Menurut Rawi (2008) *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah wujud dari kepedulian dan sensitifitas perusahaan untuk ikut meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungan, serta merupakan bagian dari upaya investasi yang mendukung keberlanjutan dari usaha yang dikembangkan, juga tidak terpisahkan dari strategi jangka panjang.

5. Profitabilitas

Menurut Nugroho dan Yulianto (2015) profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba selama periode tertentu, yang dapat mempengaruhi perusahaan dalam mengungkapkan CSR. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas. Menurut Ekowati *et al.*, (2010) profitabilitas akan menggambarkan hubungan antara penjualan dan beban serta laba/rugi, sehingga dapat dilihat kemampuan perusahaan menghasilkan laba. Menurut teori legitimasi perusahaan yang mengungkapkan aktivitas CSRnya akan mendapatkan pengakuan dari masyarakat yang akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Menurut Nurkhin (2009) Teori Legimitasi mengakui bahwa bisnis dibatasi oleh

kontrak sosial dimana perusahaan sepakat untuk menunjukkan aktivitas sosial perusahaan kepada masyarakat agar perusahaan dapat diterima oleh masyarakat.

Pengungkapan informasi sosial dilakukan untuk memberikan kesinambungan kepada lingkungan dan sosial perusahaan sebagai pertanggung jawaban kepada *stakeholder* untuk selalu memberikan dukungan dan juga untuk memenuhi kebutuhan informasi *stakeholder*. Semakin tinggi tingkat profitabilitas, semakin banyak informasi yang diberikan manajemen kepada pemangku kepentingan. Ekowati *et al.*, (2010) dan Nurkhin (2009) menunjukkan hubungan yang positif antara profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

H₁: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

6. Ukuran Perusahaan

Menurut Hilmi dan Ali dalam Adawiyah (2013) ukuran perusahaan dapat dinilai dari beberapa segi. Besar kecilnya ukuran perusahaan dapat didasarkan pada total nilai aktiva, total penjualan, kapitalisasi pasar, jumlah tenaga kerja dan sebagainya. Semakin besar nilai item-item tersebut maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu. Ukuran perusahaan merupakan variabel penduga

yang banyak digunakan untuk menjelaskan variabel pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan (Sembiring, 2005).

Teori agensi menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar. Untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, perusahaan akan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial lebih detail. Perusahaan yang besar dan mempunyai pengaruh besar terhadap lingkungan, maka akan lebih luas dalam melakukan kegiatan sosial dan memberikan informasi tentang aktivitas CSR yang telah dilakukan secara lengkap. Dengan mengungkapkan aktivitas-aktivitas CSR, para *stakeholder* akan menganggap bahwa perusahaan tersebut mempunyai nilai sosial yang tinggi.

Hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan adanya hubungan positif antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah Adawiyah (2013) dan Nur dan Priantinah (2012). Maka hipotesis dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

H₂: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

7. Kepemilikan Manajerial

Menurut Rawi (2008) saham merupakan bentuk pendanaan jangka panjang yang tidak memiliki batas waktu pengembalian, saham juga menunjukkan bukti kepemilikan atas suatu perusahaan yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT). Menurut Gideon dalam Rawi (2008) mengatakan bahwa kepemilikan manajerial

adalah jumlah kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak manajemen dari jumlah saham yang dikelola oleh perusahaan.

Manajer perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial dalam rangka untuk meningkatkan *image* perusahaan meskipun harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut. Oleh karena itu Semakin besar persentase kepemilikan manajerial dalam perusahaan, maka akan dapat mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR.

Hasil penelitian Setyarini dan Paramitha (2014) dan Arifin (2014) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Maka hipotesis dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₃: Kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

8. Media Exposure

Perusahaan bisa mengungkapkan kegiatan-kegiatan CSRnya dengan berbagai media (Munif *et al.*, 2010). Bagi perusahaan yang menyadari pentingnya pengungkapan CSR pasti akan memikirkan bermacam-macam cara untuk memberikan informasi kepada para *stakeholdernya*. Sebelum adanya media internet perusahaan biasanya mengungkapkan aktivitas CSRnya melalui media koran.

Pengungkapan media merupakan sumber informasi yang dapat menunjukkan peningkatan reputasi perusahaan kepada *stakeholder*. Perusahaan

yang mengungkapkan informasi tentang aktivitas-aktivitasnya di WEB perusahaan biasanya lebih luas karena perusahaan ingin menunjukkan hasil kegiatan CSR kepada para pengguna informasi. Perusahaan yang tidak mengungkapkan aktivitas sosialnya, maka perusahaan tersebut tidak mendapatkan kepercayaan dan legitimasi dari masyarakat. Menurut Nur dan Priantinah (2012) perusahaan harus mempunyai kapasitas untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan dan berkomunikasi dengan pemangku kepentingan secara efektif. Oleh sebab itu pengungkapan tanggung jawab sosial dibutuhkan agar reputasi perusahaan semakin baik.

Hasil penelitian yang dilakukan Ekowati *et al.*,(2010) dan Munif *et al.*, (2010) menunjukkan bahwa pengungkapan media berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Maka hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

H₄: *Media Exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

A. METODE PENELITIAN

1. Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Sektor Manufaktur yang terdapat di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2014. Penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu laporan keuangan. Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah bersifat *purpose*

sampling, Adapun kriteria yang digunakan dalam menentukan sampel, yaitu :

1. Perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan tahunan lengkap tahun 2014 di Bursa Efek Indonesia.
2. Perusahaan yang mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan perusahaan tahun 2014.
3. Perusahaan manufaktur mengungkapkan CSR di website resmi perusahaan.
4. Mempunyai periode laporan keuangan yang berakhir pada tanggal 31 desember dan menggunakan rupiah sebagai mata uang dalam pelaporan tersebut.
5. Data-data yang akan digunakan sebagai sampel atau perusahaan-perusahaan manufaktur yang akan dijadikan sampel tersebut memiliki kelengkapan data yang dibutuhkan.

TABEL 1
Jumlah Sampel Penelitian

Keterangan	2014
Jumlah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.	144
Jumlah perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR di laporan tahunannya.	(60)
Jumlah perusahaan yang mengungkapkan CSR di laporan tahunannya.	84
Jumlah perusahaan manufaktur yang	(14)

tidak sesuai dengan kriteria penelitian.	
Jumlah perusahaan manufaktur yang sesuai dengan kriteria penelitian.	70

2. Data dan Teknik Pengumpulan Data

Data sekunder penelitian ini berupa laporan tahunan perusahaan manufaktur yang telah di publikasikan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara (1) membaca laporan tahunan setiap perusahaan sampel; (2) membuat daftar perusahaan manufaktur yang mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan yang berasal situs BEI; (3) mengumpulkan data dari website resmi perusahaan yang mengungkapkan maupun tidak mengungkapkan CSR, untuk mengukur media exposure.

Variabel dependen penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab perusahaan (CSR). Menurut Guthrie *et al.*, dalam Fahrizqi (2010) pengungkapan sosial perusahaan diukur dengan metode *content analysis*. Metode tersebut dapat dilakukan salah satunya dengan cara *checklist*, yang dilakukan dengan melihat pengungkapan sosial perusahaan dalam 7 kategori. Pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat terdiri dari tujuh kategori dengan total 78 item pengungkapan yaitu lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tentang tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, umum (Sembiring, 2005). Item pengungkapan dalam penelitian ini kemudian dinyatakan dalam bentuk indeks pengungkapan sosial. Pengungkapan

tanggung jawab sosial perusahaan dihitung dengan membagi skor total yang di peroleh dengan skor total yang di harapkan.

Variabel independen yang pertama profitabilitas yang diukur dengan membagi laba sebelum pajak perusahaan dengan total aset. Variabel yang kedua ukuran perusahaan diukur dengan total aset yang ditransformasikan dalam logaritma untuk menyamakan dengan variabel lain karena total aset perusahaan nilainya relatif besar. Variabel ketiga kepemilikan manajerial diukur dengan menghitung persentase (%) jumlah lembar saham yang dimiliki oleh manajemen. Pengukuran variabel keempat *media exposure* melalui *website* dengan variabel *dummy*, yaitu memberikan nilai 1 untuk perusahaan yang mengungkapkan CSR dan 0 untuk perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR.

Uji kualitas data berupa uji deskriptif dan asumsi klasik, kemudian dilanjutkan pengujian hipotesis yang di mulai dari hipotesis 1 sampai 4 dengan menggunakan uji regresi linier berganda. Asumsi klasik tersebut dapat dipenuhi apabila data penelitian berdistribusi normal, tidak terdapat multikolinearitas, tidak terdapat heteroskedastisitas, dan bebas autokorelasi. Hipotesis tersebut akan didukung apabila koefisien $\beta_1:\beta_2:\beta_3:\beta_4$ bernilai positif dan $P\ value < \alpha (0,05)$. Dengan menggunakan persamaan regresi:

$$Y = a + b_1X1 + b_2X2 + b_3X3 + b_4D1 + e$$

Keterangan :

Y = Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR/D)

X_1 = Profitabilitas (Return on Total Asset/ROA)

X_2 = Ukuran perusahaan (Size)

X_3 = Kepemilikan manajerial (kepman)

D_1 = Dummy Media Exposure (ME)

1 = menggunakan Media Exposure

0 = tidak menggunakan Media exposure

a = Intercept

b_1, \dots, b_5 = koefisien regresi

e = Error

D. Hasil dan Pembahasan

1. Hasil

Tabel D.1
Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.134	.197		-.681	.498		
ROA	-.093	.101	-.102	-.922	.360	.958	1.044
SIZE	.026	.016	.203	1.622	.110	.750	1.333
KM	.000	.001	-.014	-.120	.905	.880	1.136
ME	.072	.022	.379	3.204	.002	.843	1.187

a. Hasil Uji F

Tabel D.2
Hasil Uji Nilai F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.146	4	.037	5.006	.001 ^a

Residual	.475	65	.007		
Total	.621	69			

Hasil Uji F pada tabel D.2 menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 5,006 bertanda positif dengan nilai sig. sebesar $0,001 < \alpha (0,05)$. Hal ini menandakan bahwa variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial dan media exposure berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

b. Hasil Uji Nilai t

Hasil analisis pada tabel D.1 menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada ROA, SIZE, KM lebih besar dari alpha (α) 0,05 yang berarti tidak terdapat pengaruh signifikan. Maka hipotesis pertama (H_1), hipotesis kedua (H_2) dan hipotesis ketiga (H_3) ditolak. Namun pada hipotesis keempat (H_4) ini diterima yakni pada variabel ME karena nilai signifikan pada variabel tersebut lebih kecil dari alpha (0,05) dan memiliki arah yang positif.

2. Pembahasan

a. Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR

Profitabilitas tidak berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan CSR. Hal ini dikarenakan bahwa perusahaan yang mempunyai laba yang besar belum tentu akan memperluas pengungkapan CSRnya. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Adawiyah

(2013) dan nur dan priantinah (2012) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan CSR.

Profitabilitas dalam penelitian ini tidak dapat mempengaruhi pengungkapan CSR karena perusahaan manufaktur yang menjadi sampel pada perusahaan ini tergolong perusahaan yang ekonomis atau terlalu takut untuk mengeluarkan uang untuk kegiatan selain produksi. Hal ini didukung dengan argumentasi bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat pendapatan atau laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan.

b. Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR

Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) dan Hanggriyanuri (2014) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Besar kecilnya ukuran perusahaan tidak dapat menjamin bahwa perusahaan tersebut akan melakukan CSR yang sesuai dengan ukuran perusahaan.

c. Kepemilikan Manajerial terhadap Pengungkapan CSR

Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian Pratiwi (2014) dan Hanggriyanuri

(2014) juga sejalan dengan penelitian ini bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Kepemilikan manajerial tidak dapat mempengaruhi pengungkapan CSR karena rendahnya jumlah persentase kepemilikan saham oleh manajemen yang menyebabkan manajemen tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui pengungkapan CSR.

d. Media Exposure terhadap Pengungkapan CSR

Media exposure mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sejalan dengan penelitian Ekowati *et al.*,(2010) dan Munif *et al.*, (2010) yang menunjukkan bahwa *media exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, karena semakin tinggi *media exposure* perusahaan akan meningkatkan reputasi di mata *stakeholder*.

Media exposure dapat mempengaruhi pengungkapan CSR karena perusahaan dapat dengan mudah memberikan informasi kepada pemangku kepentingan dengan meng-*upload* kegiatan CSR di WEB perusahaan. Pemanfaatan WEB perusahaan untuk mengungkapkan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan.

E. SIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan sampel data sebanyak 70 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014 maka dapat ditarik kesimpulan :

- a. Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan tidak terdapat pengaruh yang positif pada profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang mempunyai profit tinggi tidak dapat mendorong perusahaan mengungkapkan CSR secara luas. Manajemen beranggapan bahwa pengungkapan CSR mencakup hal-hal yang biasa saja, karena manajemen merasa pengguna laporan hanya ingin mengetahui "*good news*" dari perusahaan tersebut.
- b. Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan tidak terdapat pengaruh yang positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak dapat mendorong sebuah perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
- c. Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan tidak terdapat pengaruh yang positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini menunjukkan persentase kepemilikan saham oleh manajemen belum dapat

memberikan kesempatan bagi manajemen untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui pengungkapan CSR.

- d. Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan pengaruh yang positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini menunjukkan perusahaan yang mempunyai WEB resmi perusahaan dapat memberikan informasi tentang pengungkapan CSR secara berkesinambungan.

2. Saran

Beberapa saran untuk penelitian selanjutnya, yaitu :

- a. Penelitian selanjutnya diharapkan menambah variabel lain yang berpengaruh terhadap CSR seperti *Good Corporate Governace, leverage,* dll.
- b. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah periode dalam penelitian sehingga memberikan hasil dalam kondisi yang benar.
- c. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk menggunakan variabel *media exposure* dengan media lain diluar WEB perusahaan, misal menggunakan media cetak atau media televise.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, I., 2013, "Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility". *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Arifin, A., 2014, "Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur di BEI)", *Skripsi*, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Yogyakarta.
- Ekowati *et al.*, 2010, "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Growth dan Media Exposure terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2010-2012)", *Makalah Simposium Nasional Akuntansi XVII Lombok*.
- Fajrina, R., 2014, "Pengaruh Kinerja Lingkungan, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Manajemen Laba dan Solvabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi empiris pada perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2009-2011)", *Skripsi*, Universitas Negeri Padang, Padang.
- Fahrizqi, A., 2010, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Laporan Tahunan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia)", *Skripsi*, Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hadi, N., 2010, "Studi Eksplorasi Praktik Corporate Social Responsibility Serta Motif yang Terkandung Di Dalamnya (kasus perusahaan go publik dibursa efek indonesia)", *Jurnal*, Universitas Islam STAIN Kudus, Kudus.
- Hanggriyanuri., 2014, "Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage* dan *Profile* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*", *Skripsi*, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Yogyakarta.
- Indrawan, D., 2011, "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Perusahaan", *Skripsi*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Munif *et al.*, 2010, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Indeks Pengungkapan Corporate Social Responsibility Di Indonesia (Studi Empiris pada Perusahaan Non Keuangan yang Listing di BEI)", *Skripsi*, Universitas Diponegoro, Semarang.

- Nur, M., dan Priantinah, D., 2012, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan CSR di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Berkategori High Profile yang Listing di BEI)", *Jurnal Nominal* Vol. 1, No. 1.
- Nugroho dan Yulianto, 2015, "Pengaruh Profitabilitas dan Mekanisme Corporate Governance Terhadap Pengungkapan CSR Perusahaan Terdaftar Jii 2011-2013", *Jurnal*, Universitas Negeri Semarang, Semarang.
- Nurkhin, A., 2009, "Corporate Governance dan Profitabilitas ; Pengaruhnya Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia)", *Tesis*, Program Pascasarjana Universitas Diponegoro, Semarang.
- Pratiwi, F., 2014, "Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris, Komposisi Dewan Komisaris Independen, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, dan Kepemilikan Asing Terhadap CSR *Disclosure*", *Skripsi*, Univertitas Muhammadiyah Yogyakarta, Yogyakarta.
- Purbopangestu dan Subowo, 2014, "Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening", *Jurnal Accounting Analysis* Vol. 3, No. 3.
- Rawi, 2008, "Pengaruh Kepemilikan manajemen, Institusi, dan Leverage Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur yang Listing di Bursa Efek Indonesia", *Tesis*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Anggraini, Fr.R.R., 2006, "Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta)", *Makalah Simposium Nasional Akuntansi IX Padang*.
- Retno, R.D.M., 2012, "Pengaruh *Good Corporate Governance* dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan", *Skripsi*, Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Sembiring, E.R., 2005, "Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta", *Makalah Simposium Nasional Akuntansi VIII Solo*.
- Setyarini dan Paramitha, 2011, "Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance Terhadap Corporate Social Responsibility", *Jurnal Kewirausahaan* Vol. 5, No. 2.
- Susanto, A., 2015, Apa yang paling banyak menyebabkan kebakaran hutan di Indonesia?, *Artikel*. <http://www.rappler.com/indonesia/104764-kebakaran-hutan-indonesia-cifor>, Published 7:42 PM, September 04, 2015.

BIODATA

Nama Lengkap : Oza Triwibowo
TTL : Bengkulu, 21 september 1994
Alamat Asal : Jln. Lestari 9 no. 21, Perum. Puri Lestari,Bengkulu
Alamat Email : Otriwibowo@yahoo.com
No. Handphone : 085293628117

