

**PENGARUH PROFITABILITAS, KEPEMILIKAN MANAJEMEN, MEDIA EXPOSURE PADA PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2015-2017)**

**Ni Kadek Devi Juliantari<sup>1</sup>**

**Sang Ayu Putu Arie Indraswarawati<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia

**ABSTRACT**

*This study aims to find out the effect of profitability, management ownership, and media exposure on corporate social responsibility disclosure. This study uses manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2015-2017 as population and sample. The number of research population is 140 manufacturing companies. In order to get the right sample, the researchers used a purposive sampling method and selected 45 companies that met the criteria. The analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis techniques. Based on the results of analysis shows that profitability affects CSR. While management ownership has an effect on CSR, and media exposure variables have no effect on CSR.*

**Keywords:** *profitability, management ownership, media exposure, corporate social responsibility*

**PENDAHULUAN**

Era globalisasi membuat dunia bisnis mengalami proses perkembangan yang begitu pesat dan sekaligus hal tersebut akan menciptakan persaingan tiap perusahaan yang semakin sengit. Dimana persaingan ini akan dapat mendorong suatu perusahaan untuk bersaha seoptimal mungkin untuk mampu meraih apa yang ditargetkan perusahaan. Dunia perusahaan dan bisnis tidak pernah lepas dari yang namanya ilmu akuntansi. Karena setiap hal mengenai pembukuan keuangan menggunakan ilmu akuntansi. Ilmu akuntansi digunakan sebagai laporan pertanggungjawaban perusahaan terhadap para pengusaha pemilik modal. Hal ini berakibat pada orientasi perusahaan secara tidak langsung akan berpihak kepada

pemilik modal. Sering kali keberpihakan ini berdampak pada abainya perusahaan pada masalah social dan lingkungan. Karena dengan keberpihakan pada pemodal, maka perusahaan cenderung untuk melakukan eksploitasi Sumber Daya Alam secara berlebihan dan mengabaikan masyarakat. Hal ini dapat menimbulkan kerusakan baik jangka pendek dan juga jangka panjang.

Fenomena yang terjadi belakangan ini menunjukkan bahwa banyak kerugian yang ditimbulkan oleh perusahaan karena melakukan eksploitasi alam secara tidak terkendali dan tidak bertanggung jawab. Selain menimbulkan kerusakan alam dan lingkungan, eksploitasi seperti ini juga berdampak pada timbulnya wabah penyakit yang menjangkit masyarakat sekitar. Selain itu, siklus iklim juga ikut berubah sehingga menyebabkan kerugian panen yang diderita petani. Indonesia merupakan salah satu Negara yang mendapat perhatian dunia dalam bidang penanganan lingkungan hidup. Menurut Ford (2015) 45% hutan lindung yang terdapat di Indonesia telah berubah menjadi lahan untuk industry hanya dalam waktu 3 tahun saja.

Pada praktiknya perusahaan seyogyana tidak hanya mementingkan keuntungan dari aktivitas produksi, tetapi juga peduli dengan lingkungan sekitar. Perusahaan perlu menimbulkan kesadaran bahwa aktivitas produksi yang dikerjakan secara tidak langsung memberi dampak kepada lingkungan seperti penebangan hutan, pencemaran air akibat limbah, udara yang tercemar, dan sebagainya. Profitabilitas adalah suatu kompas kinerja yang mengindikasikan perusahaan sudah memajemen modal yang dimiliki dalam bentuk keuntungan. Perusahaan menyediakan biaya untuk guna memenuhi tanggung jawab social

tersebut, tetapi dalam perjalanannya, perusahaan yang memperoleh citra baik di kalangan masyarakat dan memiliki konsumen dengan loyalitas tinggi cenderung didominasi kearah produk yang bersifat ecofriendly. Hal tersebut membuat perusahaan memiliki tanggung hawab karena kegiatannya tesebut. Aktivitas social ini disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR). Manajemen pengelolaan kinerja perusahaan merupakan salah satu komponen kunci untuk meningkatkan *Corporate Social Responsibility*. Konsep CSR timbul akibat tuntutan dan keinginan masyarakat tentang peran perusahaan di lingkungan masyarakat. Hal ini muncul karena terjadinya kerusakan akam di berbagai Negara akibat aktivitas perusahaan. Oleh karenanya lahirlah konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR), CSR merupakan salah satu kegiatan pertanggungjawaban perusahaan terhadap para *stakeholder*, salah satu wujud dari sebuah kepedulian perusahaan kepada keadaan lingkungan alam dan social.

Profitabilitas adalah tingkat potensi perusahaan guna mendapatkan keuntungan dari aktivitas perusahaan tersebut. Perusahaan keluar biaya guna memenuhi tanggung jawab social tersebut. Tetapi dalam perjalanannya perusahaan memeroleh citra baik dan konsumen yang loyal terutama untuk produk yang bersifat ramah lingkungan.

Perusahaan yang mendapatkan keuntungan rendah akan lebih mendahulukan pemerolehan profit yang tinggi dibandingkan untuk mengungkap informasi social dimana hal ini bisa berdampak pada keluarnya biaya yang harus dipenuhi oleh perusahaan. Oleh karenanya pengungkapan *corporate social responsibility* tidak optimal.

Peningkatan atas kepemilikan manajerial akan membuat kekayaan manajemen, secara pribadi, semakin terikat dengan kekayaan perusahaan sehingga manajemen akan berusaha mengurangi resiko kehilangan kekayaannya. Kepemilikan manajemen yang tinggi berakibat pada rendahnya dividen yang dibayarkan kepada *shareholder*. Hal ini disebabkan karena pembiayaan yang dilakukan oleh manajemen terhadap nilai investasi di masa yang akan datang bersumber dari biaya internal. Jensen dan Meckling (1976) ketika kepemilikan manajer terhadap perusahaan semakin kecil maka konflik kepentingan antara manajer dengan pemilik menjadi semakin besar. Teori keagenan menjelaskan bahwa kepentingan *agent dan principal* bertentangan. Hal tersebut disebabkan manajer mengutamakan kepentingan pribadi, sebaliknya pemegang saham tidak menyukai kepentingan pribadi manajer tersebut, karena pengeluaran tersebut akan menambah biaya perusahaan yang menyebabkan penurunan keuntungan perusahaan dan penurunan deviden yang akan diterima.

*Media exposure* merupakan variabel yang jarang digunakan untuk menjelaskan pengaruhnya terhadap pengungkapan CSR. Pengkomunikasian CSR melalui media penting untuk meningkatkan reputasi perusahaan dimata masyarakat. Menurut Harmoni (2010), media adalah sumber daya pada informasi tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Media tidak hanya memainkan peran pasif pada bentuk norma institusi, akan tetapi juga berperan aktif dengan memberikan riwayat pelaporan dan penyusunnya untuk menggambarkan nilai dari suatu perusahaan. Media koran sudah sangat sering

digunakan oleh perusahaan dalam mengungkapkan aktivitas CSR, serta dapat digunakan sebagai dokumentasi.

*Media exposure* merupakan pengungkapan nilai baik dari perusahaan melalui kegiatan CSR menggunakan media perusahaan. Jika perusahaan ingin mendapat kepercayaan dan legitimasi melalui kegiatan CSR, maka perusahaan harus mempunyai kapasitas untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan dan berkomunikasi dengan para *stakeholder*. Perusahaan bisa mengungkapkan aktivitas CSR melalui berbagai media. Sari (2012) menyatakan bahwa, media internet (web) merupakan media yang efektif dan media ini juga semakin didukung oleh para pemakai internet yang mulai meningkat. Melalui pengkomunikasian CSR melalui media internet, diharapkan masyarakat mengetahui aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

Bursa Efek Indonesia ialah lembaga pemerintahan yang menerbitkan perusahaan *go public* yang dibagi beberapa kriteria sektor perusahaan yaitu sektor industri penghasil bahan baku, sektor industri pengelolaan atau manufaktur, dan sektor jasa. Dimana dari masing-masing sektor terdapat perusahaan yang namanya tercatat di BEI.

Industri manufaktur merupakan industri yang mendominasi perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Banyaknya perusahaan dalam industri, serta kondisi perekonomian saat ini telah menciptakan suatu persaingan yang ketat antar perusahaan manufaktur. Persaingan dalam industri manufaktur membuat setiap perusahaan semakin meningkatkan kinerja agar tujuannya dapat tetap tercapai.

Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang paling erat kaitannya dengan masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan manufaktur melakukan proses pengolahan dari bahan mentah yang berasal dari alam hingga menjadi barang yang memiliki nilai jual tinggi. Perusahaan manufaktur biasanya menggunakan mesin dan tenaga manusia dalam skala besar dalam produksinya dan menghasilkan limbah dari setiap hasil produksi. Jika limbah tersebut tidak diolah secara baik maka akan mencemari lingkungan sekitar yang bisa merugikan masyarakat dan lingkungan.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti termotivasi untuk ini karena banyaknya kasus sosial dan lingkungan yang terjadi seperti eksploitasi sumber daya alam yang berlebihan, keamanan dan kualitas produk, meningkatnya populasi limbah industri dan untuk lebih membuka mata masyarakat mengenai pengungkapan laporan CSR di perusahaan. Maka dari itu penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Manajemen, dan *Media Exposure* Pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017)”.

Permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah (1) Apakah profitabilitas memberi pengaruh kepada terungkapnya *Corporate Social Responsibility* dari perusahaan manufaktur yang namanya terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam rentang tahun 2015-2017? (2) Apakah kepemilikan manajemen memberi pengaruh kepada terungkapnya *Corporate Social Responsibility* terhadap perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam

rentang tahun 2015-2017? Dan (3) Apakah *media exposure* memberi pengaruh untuk terungkapnya mengenai *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2015-2017 ?

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui dampak profitabilitas untuk mengungkap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang namanya terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam rentang tahun 2015-2017.
2. Mengetahui pengaruh kepemilikan manajemen kepada terungkapnya *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam rentang tahun 2015-2017.
3. Mengetahui pengaruh dari *media exposure* kepada terungkapnya *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2015-2017.

Penelitian ini ditujukan untuk dapat mendukung hasil-hasil penelitian sudah dilaksanakan terkait pengaruh profitabilitas, kepemilikan manajemen dan *media exposure* pada terungkapnya CSR pada sebuah perusahaan. Bagi peneliti berikutnya, penelitian ini bisa dimanfaatkan sebagai sumber pustaka atau acuan untuk melaksanakan penelitian yang relevan mengenai CSR. Bagi perusahaan diharapkan penelitian ini bisa memberi saran atau masukan yang berkaitan dengan masalah mengenai profitabilitas, kepemilikan manajemen, *media exposure*, dan untuk mengungkap CSR dan juga bisa digunakan sebagai bahan evaluasi dan meningkatkan kinerja yang memiliki relevansi dengan *corporate social responsibility* perusahaan.

## **KAJIAN PUSTAKA**

Beban tanggung jawab perusahaan terhadap komunitas social yang pada umumnya disebut *Corporate sosial responsibility* (CSR) adalah implementasi bantuan yang diberikan perusahaan kepada penduduk maupun masyarakat. Hal tersebut terjadi karena perusahaan memahami dengan CSR kelangsungan perusahaan dapat terjamin (Gunawan dan Suhartini, 2008 dalam Ekowati dkk, 2014). Hackston dan Milne (1996) dalam Rawi dan Muchlish (2010) menyebutkan bahwa CSR adalah sebuah bentuk interaksi antara organisasi yang bergerak di bidang ekonomi terhadap terhadap masyarakat.

Profitabilitas adalah suatu kompas kinerja yang mengindikasikan perusahaan sudah memajemen modal yang dimiliki dalam bentuk keuntungan. Perusahaan menganggarkan biaya guna emenuhi tanggung jawab social tersebut, namun sejalan dengan waktu perusahaan memperoleh kesan yang baik di kalangan masyarakat dan memiliki basis loyalitas konsumen cenderung didominasi kearah produk yang bersifat ecofriendly. Menurut Anindita (2008) profitabilitas ditunjukan dengan daya usaha perusahaan dalam kiat memperoleh keuntungan yang bertujuan untuk memperoleh dividen. Profitabilitas dideskripsikan sebagai usaha suatu badan usaha untuk memperoleh laba berdasarkan modal perusahaan tersebut.

Kepemilikan manajerial ditunjukan dengan jumlah oihak manajemen yang menanam saham di perusahaan tersebut (Boediono, 2005). Dengan demikian seluruh pihak manajemen yang memiliki saham dikatakan sebagai pemilik secara manajerial (*managerial ownership*). Hal tersebut menghasilkan imbas pada timbulnya pengawasan terhadap kebijakan yang dihasilkan. Kepemilikan secara



manajerial pun dapat dikatakan sebagai perbandingan saham yang dipegang oleh manajer dan direktur perusahaan pada periode pengamatan tertentu yang dinyatakan dalam persentase.

*Media exposure* merupakan penggunaan internet guna menyebarkan informasi terkait kegiatan CSR dalam media *website* dimana proses komunikasi CSR lewat media memiliki peran penting guna meningkatkan kelas perusahaan menurut pandangan masyarakat. Menurut Harmoni (2010), media merupakan sumber informasi tanggung jawab pada aspek sosial serta lingkungan perusahaan. Media bukan hanya berperan pasif pada norma suatu institusi, namun juga memiliki peran aktif dengan menyajikan dan menyampaikan riwayat pelaporan dan pmenyusunnya untuk mendeskripsikan nilai dari perusahaan tertentu. Sari (2012) dalam Agung Raka dan Purnamawati (2017), mendefinisikan bahwa, internet adalah media dengan efektivitas yang baik dan media ini juga semakin memiliki dukungan yang diberikan para pemakai internet yang sudah mulai mengalami peningkatan.

1. Penelitian yang dikerjakan oleh Permadiswara dan Sujana (2018), dengan judul Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajemen dan *Media Exposure* Pada CSR study kasus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2016. Metode pemilihan sampel yang dipakai yaitu *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan Regresi Linier Berganda. Simpulan penelitiannya yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *media exposure* berdampak positif pada terungkapnya *corporate social responsibility*. Hasil penelitian ini

juga menunjukkan kepemilikan manajemen tidak berpengaruh untuk terungkapnya *corporate social responsibility*.

2. Penelitian yang dikerjakan oleh Widiawan, dkk (2017), dengan judul Pengaruh *Consumer Proximity, Media Exposur, dan Profitability* Kepada Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure Perusahaan di Indonesia study kasus pada perusahaan yang namanya telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam rentang tahun tahun 2015-2017. Penelitian ini memakai metode analisis kuantitatif. Sampel penelitian ini ditentukan secara *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa secara parsial *Consumer Proximily, Media Exposure dan Profitability* berpengaruh positif signifikan terhadap CSR Disclosure dan secara simultan *Consumer Proximimity, Media Exposure dan Profitability* berpengaruh positif signifikan terhadap CSR Disclosure.
3. Penelitian yang dikerjakan oleh Saputra (2016), dengan judul Pengaruh Leverage Profitabilitas dan Size Terhadap Terungkapnya Corporate Social Responsibility Khusus Pada Perusahaan yang tergolong *high profit* di Bursa Efek Indonesia dalam rentang tahun tahun 2010-2014 .Proses untuk menguji hipotesis memakai regresi panel dimana data hasil penelitiannya diolah dengan memakai Eviews. Berdasarkan hasil uji diketahui bahwa *leverage* dan profitabilitas memberi pengaruh yang cukup signifikan kepada terungkapnya *corporate social responsibility*. Tetapi *size* ternyata tidak memberi pengaruh yang cukup signifikan kepada jumlah dari terungkapnya CSR.

Tingkat profitabilitas yang cenderung tinggi akan meningkatkan motivasi perusahaan untuk mengungkap CSR guna memperoleh pengakuan sosial. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung memberi kebebasan pada manajemen untuk melakukan dan mengungkap CSR. Oleh karena itu untuk mendapatkan profitabilitas yang tinggi perusahaan perlu melaksanakan penelitian dan pengembangan terlebih dahulu terhadap suatu produk atau barang yang akan dipasarkan guna memperoleh profit yang tinggi agar perusahaan bisa melaksanakan CSR. Mengacu pada pemaparan tersebut di atas, adapun hipotesis satu yang dikembangkan pada penelitian ini adalah:

H1: Profitabilitas berdampak terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Kepemilikan manajerial berdampak positif pada relasi diantara kepemilikan saham manajerial kapda luas pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) (Nasir dan Abdullah, 2004). Menurut penelitian Karima (2014) dan Rawi (2010) bahwa, kepemilikan saham manajerial memberi pengaruh positif kepada pengungkapan CSR perusahaan. Mengacu pada uraian di atas, maka hipotesis dua yang dikembangkan pada penelitian ini yaitu:

H2: Kepemilikan Manajemen berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*

Menurut Harmoni (2010), media merupakan sumber utama informasi mengenai tanggung jawab sosial dan juga lingkungan. Sari (2012) dalam Agung Raka dan Purnamawati (2017), menyebutkan jika media internet (web) adalah media yang memiliki efektivitas yang bagus dan media ini juga semakin diberi

dukungan oleh pengguna internet yang kian mengalami peningkatan. Perusahaan dapat memanfaatkan media guna melakukan sebuah kegiatan yang dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut melalui salah satunya pengungkapan CSR. Adapun alasan dari perusahaan untuk mengungkap CRS yaitu untuk mendapat keunggulan yang lebih kompetitif, untuk memenuhi syarat dari kontrak pinjaman yang disetujui, dan untuk memenuhi harapan masyarakat, untuk memberi keabsahan dari kegiatan perusahaan, dan guna menari investor (Sayekti dan Wondabio, 2007). Berdasarkan uraian tersebut disusunlah hipotesis ketiga yang dikembangkan pada penelitian ini yaitu:

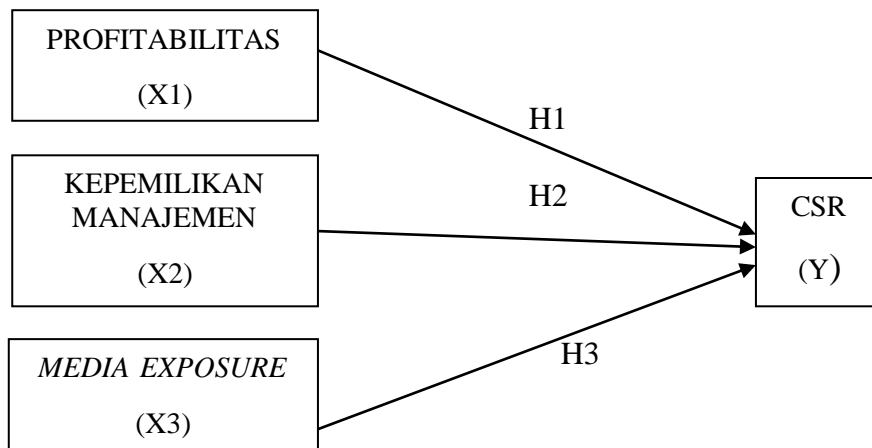
H3: Media Exposure berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*

## **METODE PENELITIAN**

Desain penelitian atau rancangan penelitian adalah deskripsi secara jelas tentang pengaruh suatu variabel dengan variabel lain, termasuk metode pengumpulan data, dan proses analisis data, hingga pada akhirnya diharapkan dengan desain yang baik maka diperoleh gambaran ringkas mengenai relasi antara variabel, bagaimana mengukurnya (Sukardi, 2004: 184). Berdasarkan pendekatan penelitian yang digunakan, maka desain penelitian sebagai model penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 1.**  
**Kerangka berpikir**

“Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Manajemen, dan *Media Exposure* Pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*”



Sumber : Hasil Pemikiran Penulis, 2019

Penelitian ini menjelaskan mengenai peran profitabilitas, kepemilikan manajemen, dan *media exposure* kepada CSR. Penelitian yang dilakukan memilih perusahaan manufaktur yang nama perusahaannya terdaftar di BEI periode tahun 2015-2017. Objek penelitian pada penelitian ini yaitu variabel-variabel yang dapat memberi pengaruh CSR, yaitu profitabilitas, kepemilikan manajemen, dan *media exposure*.

Populasi yang dipakai pada penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI pada tahun 2015-2017. Populasi pada penelitian ini berjumlah 140 perusahaan manufaktur yang sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2017.

**Sampel**



Teknik analisis data yang dipakai pada penelitian ini yaitu analisis deskriptif, lalu uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, multikolinieritas, heteroskedestisitas, dan uji autokorelasi. Selanjutnya dilakukan analisis regresi linier berganda guna memprediksi seberapa pengaruh variabel independen kepada dependen (sudarmoto, 2005: 123) dalam penelitian ini di gunakan tingkat signifikansi 0,05 atau 5 persen. Model regresi yang di gunakan adalah:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon \dots\dots\dots(1)$$

- Keterangan :
- Y = Pengungkapan CSR
  - a = Konstanta
  - $\beta$  = Koefisien Regresi
  - X1 = Profitabilitas
  - X2 = Kepemilikan manajemen
  - X3 = Media exposure

Untuk melaksanakan uji hipotesis pada penelitian ini memakai analisis determinasi, uji F dan uji T.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Tabel 2**  
**Analisis Statistik Deskriptif**  
**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	135	.0001	.5225	.093019	.0986077
X2	135	.0035	.9915	.330957	.2912085
X3	135	.00	1.00	.6074	.49015
Y	135	.0601	.4850	.197542	.0759523
Valid N (listwise)	135				

Dilihat dari sampel penelitian sebanyak 135 pengamatan, variabel profitabilitas terlihat mempunyai besaran nilai *minimum* sebesar 0,0001 dan nilai

*maximum* sebesar 0.5225. *Mean* dengan nilai 0,093019 *standar deviation* besarnya 0,0986077 Dilihat dari sampel penelitian sebanyak 135 pengamat, variabel kepemilikan manajemen diketahui memiliki nilai *minimum* sebesar 0,0035 dan nilai *maximum* sebesar 0.9915. Nilai *mean* sebesar 0,330957 dengan *standar deviation* sebesar 0,2912085. Dilihat dari sampel penelitian sebanyak 135 pengamat, variabel *media exposure* dipeoleh mempunyai nilai *minimum* sejumlah 0,00 dan nilai *maximum* sebesar 1,00. Nilai *mean* sebesar 0,6074 dengan *standar deviation* sebesar 0,49015. Dilihat dari sampel penelitian sebanyak 135 pengamat, variabel *media exposure* diketahui memiliki nilai *minimum* sebesar 0,0601 dan nilai *maximum* sebesar 0,4850. Nilai *mean* sebesar 0,197542 dengan *standar deviation* sebesar 0,759523

**Tabel 3**  
**Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		118
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.05786250
Most Extreme Differences	Absolute	.047
	Positive	.047
	Negative	-.036
Kolmogorov-Smirnov Z		.508
Asymp. Sig. (2-tailed)		.959

a. Test distribution is Normal.  
 b. Calculated from data.

Hasil Uji statistic pada table di atas meunjukkan bahwa nilai signifikansi dari *unstandardized residual* lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,959 sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang dipakai pada riset ini merupakan data yang telah memiliki distribusi yang normal.



**Tabel 4**  
**Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.183	.012		15.501	.000		
X1	.241	.056	.377	4.289	.000	.971	1.030
X2	-.016	.019	-.072	-.834	.406	.999	1.001
X3	-.013	.011	-.104	-1.185	.239	.970	1.031

a. Dependent Variable: Y

Uji Multikolinearitas memandang nilai *tolerance* atau *variance inflation factor* (VIF). Jika *tolerance* lebih dari 10% atau VIF kurang dari 10 maka bisa disimpulkan tidak multikolinearitas. Mengacu pada hasil yang didapat dari pengujian yang digambarkan uji multikolinearitas, nilai *tolerance* semua variabel melebihi 10% (X1=0.971; X2=0.999; X3=0.970) dan nilai VIF lebih kecil dari 10 (X1=1.030; X2=1.001; X3=1.031) yang berarti tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen.

**Tabel 5**  
**Uji Heteroskedastisitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.043	.007		6.297	.000
X1	.063	.032	.182	1.948	.054
X2	-.002	.011	-.018	-.196	.845
X3	-.002	.007	-.028	-.294	.769

a. Dependent Variable: Abs\_Ut

Hasil uji statistik memperlihatkan bahwa semua variabel bebas mempunyai signifikansi nilainya melebihi 0,05 atau sebesar X1=0.054; X2=0.845; X3=0.769 oleh karenanya bisa ditarik kesimpulan bahwa model

regresi yang dipakai pada penelitian ini tidak memiliki kandungan adanya heteroskedastisitas.

**Tabel 6**  
**Uji Autokorelasi Sebelum Outlier**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.263 <sup>a</sup>	.069	.048	.0741083	1.310

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Hasil uji statistic yang ditunjukkan table 6 memperlihatkan jika nilai D.W sebesar 1.310 yang selanjutnya dilakukan perbandingan dengan nilai tabel pada tingkat signifikansi 5% jumlah sampel 135 (n) dan jumlah variabel independen 4 (k=4), maka di tabel Durbin Watson akan didapat nilai  $dI=1.592$  dan  $du=1.758$ . Oleh karena nilai DW 1.310 lebih kecil dari batas atau (du) 1.758 dan kurang dari  $4 - 1.758$  (4-du), maka bisa ditarik kesimpulan jika model regresi yang dipakai memiliki masalah autokorelasi, sehingga dilakukan outlier data terlebih dahulu. Outlier dilakukan dengan mengeluarkan 17 data yang memiliki sebaran yang terlalu jauh dari data yang lain.

**Tabel 7**  
**Uji Autokorelasi Setelah Outlier**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.380 <sup>a</sup>	.144	.122	.0586189	1.826

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Pada tabel 7 hasil uji statistika menggambarkan jika nilai D.W memiliki nilai 1.826 kemudian dilakukan perbandingan dengan nilai tabel pada tingkat signifikansi 5% jumlah sampel 118 (n) dan jumlah variabel independen 4 (k=4), maka di tabel Durbin Watson akan didapat nilai  $dI=1.592$  dan  $du=1.758$ . Oleh karena nilai DW 1.826 lebih besar dari batas atau ( $du$ ) 1.758 dan kurang dari  $4 - 1.758$  ( $4-du$ ), maka bisa ditarik kesimpulan jika model regresi yang dipakai sudah tidak memiliki masalah autokorelasi

Analisis regresi dilakukan guna mendapatkan gambaran tentang pengaruh besar kecilnya hubungan antar variable bebas dengan variabel terikat (Ghozali, 2016:93). Hasil uji koefisien determinasi *Adjusted R<sup>2</sup>* dapat dilihat pada tabel 8 berikut:

**Tabel 8**  
**Uji Koefisien Determinasi**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.380 <sup>a</sup>	.144	.122	.0586189

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Berdasarkan hasil analisis regresi di atas selanjutnya diperoleh nilai *Adjusted R-Square* menyatakan koefisien determinasi atau peranan *variance* (variabel bebas dalam hubungan dengan variabel terikat). Angka *Adjusted R-Square* sebesar 0.122 menyatakan bahwa 12,2% variabel independen dijelaskan oleh variabel dependen, sedangkan sisa sebanyak 87,8% didefinisikan oleh factor atau variabel lain seperti *leverage dan* ukuran perusahaan.

**Tabel 9**  
**Uji Anova atau Uji F**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.066	3	.022	6.400	.000 <sup>b</sup>
	Residual	.392	114	.003		
	Total	.458	117			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Uji Anova atau *F-test* memberikan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 6.400 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai *F-test* dipakai guna mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat yaitu sebesar 6.400 dengan signifikansi 0,000. Karena probabilitas signifikan memiliki nilai yang lebih kecil dari 0,05, maka model regresi bisa dipakai untuk melakukan prediksi variabel bebas atau bisa dikatakan variabel bebas secara bersamaan memberi pengaruh kepada variabel terikat. Hal ini memiliki makna jika model yang dipakau pada penelitian ini sudah layak.

**Tabel 10**  
**Uji Signifikansi Parsial (Uji t)**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.183	.012		15.501	.000
	X1	.241	.056	.377	4.289	.000
	X2	-.016	.019	-.072	-.834	.406
	X3	-.013	.011	-.104	-1.185	.239

a. Dependent Variable: Y

### **Pengaruh Profitabilitas Terhadap CSR**

Variabel Profitabilitas (X1) memberi nilai koefisien parameter dengan nilai 0.241 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000, hingga dengan tingkat signifikan dibawah 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap CSR sehingga H<sub>1</sub> diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi akan memberi dorongan pada perusahaan untuk menambah aktivitas pengungkapan CSR.

### **Pengaruh Kepemilikan Manajemen Terhadap CSR**

Variabel Kepemilikan Manajemen (X2) memberi nilai koefisien parameter sebesar -0.016 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,406, sehingga dengan tingkat signifikan diatas 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kepemilikan manajemen tidak memberi pengaruh terhadap CSR sehingga H<sub>2</sub> ditolak. Hasil ini menggambarkan jika perusahaan yang mempunyai Kepemilikan Manajemen tidak mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR.

### **Pengaruh *Media Exposure* Terhadap CSR**

Variabel *Media Exposure* (X3) memberi nilai koefisien parameter sebesar -0.013 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.239, sehingga dengan tingkat signifikan diatas 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *media exposure* tidak berpengaruh terhadap CSR sehingga H<sub>3</sub> ditolak. Penggunaan media website dalam pengungkapan CSR sedikit dilakukan oleh perusahaan karena banyaknya media untuk mempublikasikan kegiatan CSR yang lebih mudah diakses oleh masyarakat seperti media cetak, televisi dan media sosial. Hasil ini relevan dengan pengujian *media exposure* terhadap CSR pada penelitian Rodita

Fuguh Yuliansyah (2017) menunjukkan *media exposure* tidak memberi pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan pemaparan tersebut, maka dapat disimpulkan beberapa poin yaitu:

- 1) Profitabilitas berpengaruh pada terungkapnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari perusahaan manufaktur yang sudah namanya terdaftar di BEI pada rentang tahun 2015-2017.
- 2) Kepemilikan Manajemen tidak berpengaruh kepada *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari perusahaan manufaktur yang namanya telah terdaftar di BEI dalam rentang tahun 2015-2017.
- 3) *Media Exposure* tidak berpengaruh kepada *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari perusahaan manufaktur yang namanya telah terdaftar di BEI dalam rentang tahun 2015-2017.

Saran yang disampaikan peneliti terjait hasil penelitian yaitu:

- 1) Saran untuk penelitian berikutnya yang memiliki ketertarikan melakukan penelitian mengenai CSR disarankan untuk mengambil sampel yang lebih luas dengan variabel yang berbeda.
- 2) Bagi perusahaan dianjurkan saran untuk seterusnya berusaha untuk konsisten menghasilkan keuntungan, yaitu melalui melaksanakan perencanaan yang benar dan akurat. Juga untuk menciptakan kesan yang positif pada perusahaan pada pandangan masyarakat.

- 3) Bagi perusahaan dianjurkan untuk mempublikasikan kegiatan CSR yang dilakukan di media sosial perusahaan agar masyarakat mengetahui kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, F.R.R.2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan.
- Dermawan, D. & Deitiana, T. 2014. Faktor-Faktor Yang Mmempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan ManufakturYang Terdaftar diBEI.
- Ketut Yoga, P. dan Ketut Sujana. 2018. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan,Kepemilikan Manajemen dan *MediaExposure* Pada Pengungkapan *CorporateSocial Responsibility* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI, 25(1) : h:690-716
- Ekowati dkk. 2014. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas,*Growth*, dan *Media Exposre* Terhadap Pengungkapan Tanggung jawab Sosial Perusahaan. Simposium NasionalAkuntansiXVII.
- Almira, M, R. & Teguh Erawati.2017. Pengaruh Leverage, Size, dan Kepemilikan Manajemen Terhadap *Corporate Sosial Responsibility Disclosure*, 1(1) : h:40-48
- Christa Evandini. dan Darsono.2014. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI, 3(3) : h:1-11
- Syailendra Eka Putra. 2016. Pengaruh Leverage Profitabilitas dan *Size*Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan di Bursa Efek Indonesia, 5(1) : h75-89

I Gusti, A R,W. dan I Gusti,A,P dan I Putu Julianto. 2017. Pengaruh *Consumer Proximity, MediaExposure, dan Profitability* Terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure* Perusahaan di Indonesia, 8(2)

Rawi, Muchlish. 2010. *Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusi, Leverage, dan Corporate Social Responsibility*. Simposium Nasional Akuntansi XIII.