

Kepemilikan Asing, Kepemilikan Manajerial, Profitabilitas, *Media Exposure* dan Intensitas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Ni Made Desi Ratnadewi¹

I Gde Ary Wirajaya²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Indonesia

*Correspondences: ratnadewid78@gmail.com

ABSTRAK

Pengungkapan CSR merupakan pengungkapan segala informasi aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan. Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kepemilikan asing, kepemilikan manajerial, profitabilitas, dan *media exposure* terhadap intensitas pengungkapan CSR. Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel yaitu *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Terdapat 173 perusahaan dengan amatan sebanyak 519. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan *media exposure* berpengaruh positif terhadap intensitas pengungkapan *corporate social responsibility*. Kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap intensitas pengungkapan *corporate social responsibility*. Kepemilikan Asing tidak berpengaruh terhadap intensitas pengungkapan *corporate social responsibility*.

Kata Kunci: Kepemilikan Asing; Kepemilikan Manajerial; Profitabilitas; *Media Exposure*; Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Foreign Ownership, Managerial Ownership, Profitability, Media Exposure and Intensity of Corporate Social Responsibility Disclosure

ABSTRACT

CSR disclosure is the disclosure of all information on social activities carried out by the company. The purpose of this study is to determine the effect of foreign ownership, managerial ownership, profitability, and media exposure on the intensity of CSR disclosure. This study uses a sampling method, namely non-probability sampling with purposive sampling technique. There are 173 companies with 519 observations. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results showed that profitability and media exposure had a positive effect on the intensity of corporate social responsibility disclosure. Managerial ownership has a negative effect on the intensity of corporate social responsibility disclosure. Foreign ownership has no effect on the intensity of corporate social responsibility disclosure.

Keywords: Foreign Ownership; Managerial Ownership; Profitability; *Media Exposure*; Corporate Social Responsibility Disclosure

Artikel dapat diakses : <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/index>



e-ISSN 2302-8556

Vol. 34 No. 1
Denpasar, 30 Januari 2024
Hal. 155-168

DOI:
10.24843/EJA.2024.v34.i01.p12

PENGUTIPAN:

Ratnadewi, N. M. D., & Wirajaya, I. G. A. (2024). Kepemilikan Asing, Kepemilikan Manajerial, Profitabilitas, *Media Exposure* dan Intensitas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *E-Jurnal Akuntansi*, 34(1), 155-168

RIWAYAT ARTIKEL:

Artikel Masuk:
17 Mei 2022
Artikel Diterima:
23 Agustus 2022

PENDAHULUAN

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dimana perusahaan itu didirikan. Perusahaan perlu memahami mengenai pentingnya tanggung jawab sosial yang harus dilakukan dalam meminimalisir segala efek negatif yang timbul dari segala kebijakan dan aktivitas operasional perusahaan (Arikarsita & Wirakusuma, 2020). Seringkali aktivitas dari perusahaan telah mengeksploitasi sumber daya alam dan manusia secara tidak terkendali sehingga mengakibatkan kerusakan alam dan mengganggu kehidupan manusia itu sendiri. Adanya dampak operasional perusahaan terhadap lingkungan mempengaruhi kesadaran masyarakat akan pentingnya melaksanakan CSR bagi perusahaan. Salah satu contoh perusahaan di Indonesia yang belum sepenuhnya memperhatikan CSR yaitu kasus kebocoran pipa dari PT Pindo Deli Pulp and Paper Mills 2 pada tahun 2017 dan kembali terjadi pada tahun 2018 sehingga menyebabkan sesak nafas yang dialami oleh sebanyak 102 warga di sekitar lingkungan perusahaan. Kasus yang telah terjadi secara perlahan akan mengancam keberlanjutan perusahaan dan mengurangi kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tersebut. Disini terlihat bahwa pentingnya perusahaan memahami tanggung jawab terhadap lingkungan perusahaan.

Pemerintah telah mengeluarkan peraturan mengenai tanggung jawab sosial, yang diatur dalam pasal 74 ayat 1 UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT), yang menjelaskan bahwa semua perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Penerapan dari tanggung jawab sosial disajikan kedalam pengungkapan CSR yang ada dalam laporan tahunan suatu perusahaan. Hal tersebut sesuai dengan Undang-undang No. 40 Tahun 2007 pasal 66 ayat 2 yang menyatakan bahwa laporan tahunan sekurang-kurangnya berisi mengenai laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Pengungkapan CSR merupakan bagian dari akuntansi pertanggungjawaban sosial perusahaan yang mengkomunikasikan informasi mengenai segala aktivitas sosial yang diharapkan mampu mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap perusahaan (Widyastari & Sari, 2018). Pengungkapan CSR menjadi salah satu cara untuk menyampaikan informasi yang ditujukan kepada pihak-pihak yang berkepentingan mengenai segala kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan dan dampak yang ditimbulkan dari aktivitas operasionalnya (Hotria & Afriyenti, 2018). Adanya laporan pertanggungjawaban sosial, masyarakat akan mengetahui aktivitas-aktivitas sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan. Penelitian ini dilandasi oleh teori *stakeholder* yang menjelaskan bahwa perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab kepada pihak internal perusahaan dan pemegang saham saja tetapi perusahaan juga bertanggungjawab kepada lingkungan dan masyarakat sekitar perusahaan sebagai salah satu *stakeholder* perusahaan. Untuk menjaga hubungan baik antara perusahaan dengan *stakeholder* diperlukannya suatu akuntabilitas, yang dapat diwujudkan dengan mengungkapan tanggung jawab sosial dan mengkomunikasikan hal tersebut secara luas. Namun setiap perusahaan memiliki intensitas pengungkapan CSR yang berbeda-beda. Hal ini dikarenakan aktivitas perusahaan yang berbeda antara satu dengan yang lainnya.

Selain perbedaan aktivitas yang dilakukan oleh setiap perusahaan sehingga menyebabkan perbedaan tingkat aktivitas CSR beserta pengungkapannya, luas pengungkapan CSR juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Penelitian yang dilakukan sebelumnya telah menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Penelitian terdahulu diantaranya menganalisis adanya pengaruh kepemilikan asing, kepemilikan manajerial, profitabilitas, dan *media exposure* terhadap intensitas pengungkapan CSR. Kepemilikan asing adalah proporsi saham perusahaan yang dimiliki perorangan, badan hukum, dan pemerintah yang berstatus di luar negeri (Yani & Suputra, 2020). Kepemilikan asing secara tidak langsung mampu mempengaruhi perusahaan lokal untuk memiliki kesadaran tinggi terhadap pengungkapan CSR dan perusahaan lokal cenderung memenuhi harapan investor asing untuk mengungkapkan CSR (Alshbili *et al.*, 2020). Hal ini terbukti dengan adanya penelitian sebelumnya oleh Yani & Suputra (2020), Sari (2016), Putri *et al.* (2020) dan Permadiswara & Sujana (2018) mengungkapkan kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Namun penelitian yang dilakukan oleh Kardiyanti Ni Kadek Elma (2020), Abu Qa'dan & Suwaidan (2019), Singal, (2017), Irhami & Diana (2020), Wulandari & Sudana (2018), dan Darma *et al.* (2019) mengungkapkan bahwa kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi intensitas pengungkapan CSR adalah kepemilikan manajerial. Kepemilikan manajerial merupakan kepemilikan saham yang dimiliki oleh manajer, direksi, dan dewan komisaris sebagai salah satu bagian dari stakeholder perusahaan (Wulandari & Sudana, 2018). Adanya kepemilikan manajerial dalam perusahaan akan mendorong manajer untuk berhati-hati dalam mengambil keputusan sehingga manajer tidak ikut merasakan kerugian akibat hasil keputusan yang diambilnya (Singal, 2017). Hal ini terbukti dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh Wulandari & Sudana (2018), Arikarsita & Wirakusuma (2020), dan Singal (2017) yang mengungkapkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Permadiswara & Sujana (2018), Nurleni *et al.* (2018), Irhami & Diana (2020), Asiah & Muniruddin (2018), Salehi *et al.* (2017), dan (Rivandi, 2020) mengungkapkan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi intensitas pengungkapan CSR yaitu profitabilitas. Profitabilitas adalah rasio keuangan yang digunakan untuk mengetahui tingkat kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam periode tertentu dan memberikan gambaran mengenai efektivitas manajemen dalam perusahaan (Wiagustini, 2014:86). Semakin besar perusahaan menghasilkan profit, maka semakin tinggi tingkat pengungkapan yang dilakukan, hal ini disebabkan karena biaya yang dialokasikan untuk pengungkapan CSR semakin meningkat. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Widyastari & Sari (2018), Pakpahan & Rajagukguk (2018), Yuliskayani & Damayanthi (2018), Irhami & Diana (2020), Permadiswara & Sujana (2018), Gunawan *et al.* (2019), dan Purbawangsa *et al.* (2020) mengungkapkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan penelitian yang dilakukan Sandityas (2018), Manurung *et al.* (2017), (Hotria & Afriyenti, 2018), (Revaldo &

Rusmanto, 2020), Sari (2020), dan (Wulandari & Sudana, 2018) mengungkapkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Faktor terakhir yang mempengaruhi intensitas pengungkapan CSR yaitu *media exposure*. Perusahaan tidak hanya dituntut untuk mengungkapkan CSR dengan baik, tetapi juga harus memiliki kemampuan untuk mengkomunikasikan tanggung jawab kepada stakeholder (Pakpahan & Rajagukguk, 2018). Adanya pengkomunikasian CSR melalui media internet diharapkan masyarakat mengetahui aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Arikarsita & Wirakusuma, 2020), (Permadiswara & Sujana, 2018), Darma *et al.* (2019), Yuliskayani & Damayanthi (2018), (Sandityas, 2018), Hasibuan & Wulan (2020), Hotria & Afriyenti (2018), dan Putri *et al.* (2020) menyatakan bahwa *media exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Widiastuti *et al.* (2018), Putra *et al.* (2018), Septianingsih & Muslih (2019), dan Kirana *et al.* (2021) yang menyatakan bahwa *media exposure* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Penelitian ini dilakukan karena adanya hasil penelitian yang berbeda-beda menjadikan variabel kepemilikan asing, kepemilikan manajerial, profitabilitas, dan *media exposure* menarik untuk diteliti kembali mengenai pengaruhnya terhadap intensitas pengungkapan CSR. Penelitian ini juga menggunakan data laporan tahunan yang berbeda, dimana tahun yang digunakan yaitu 2018-2020. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh kepemilikan asing, kepemilikan manajerial, profitabilitas, dan *media exposure* terhadap intensitas pengungkapan CSR.

Keberadaan pihak asing dalam pemegang saham perusahaan membuat perusahaan harus luas dalam mengungkapkan informasinya. Dilihat dari teori stakeholder adanya kepemilikan asing yang tinggi dalam sebuah perusahaan membuat manajer berusaha untuk melakukan lebih banyak intensitas pengungkapan CSR, hal ini karena investor asing memiliki tingkat kepedulian yang tinggi terhadap kasus sosial seperti pelanggaran HAM, tenaga kerja, dan kasus lingkungan, penembangan liar, serta pencemaran udara dan air. Penelitian sebelumnya oleh Sari (2020), Yani & Suputra (2020), Permadiswara & Sujana (2018), Suprijani & Patrisia (2020), dan Putri *et al.* (2020) juga mengungkapkan kepemilikan asing berpengaruh terhadap intensitas pengungkapan CSR. Berdasarkan teori stakeholder dan hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H₁ : Kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

Kepemilikan manajerial menjadi salah satu *stakeholder* internal perusahaan yang mampu mempengaruhi intensitas pengungkapan CSR. Dilihat dari teori *stakeholder* kepemilikan manajerial yang tinggi akan meningkatkan luasnya pengungkapan CSR. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wulandari & Sudana (2018), Arikarsita & Wirakusuma (2020), dan Singal (2017) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan teori stakeholder mengenai hubungan kepemilikan manajerial dengan intensitas pengungkapan CSR dan hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

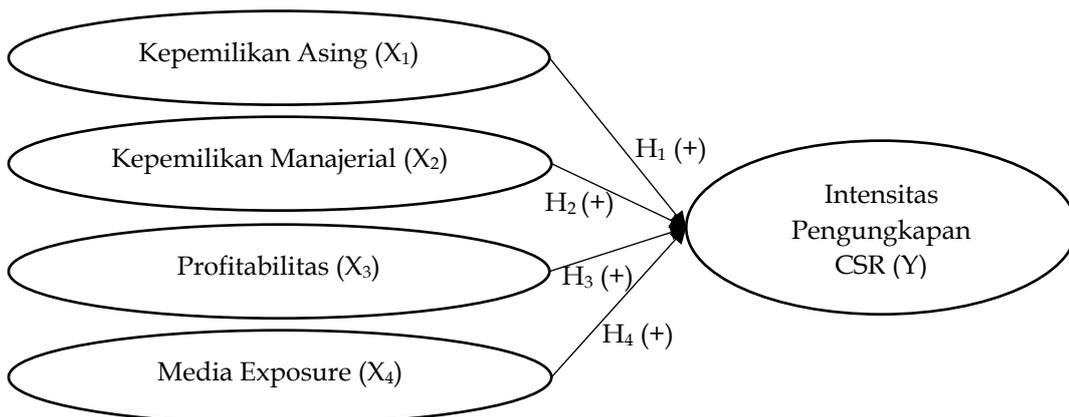
H₂ : Kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Profitabilitas menjadi tolok ukur dalam menilai suatu perusahaan dalam menggunakan modal kerja secara efektif dan efisien sehingga menghasilkan laba yang diinginkan. Dilihat dari teori stakeholder perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun juga harus memberikan manfaat bagi stakeholder (Ghozali dan Chariri, 2014). Profitabilitas yang tinggi menunjukkan ketersediaan dana yang lebih banyak untuk segala aktivitas perusahaan, salah satunya membuat manajer memiliki kesempatan lebih banyak melakukan CSR dan mengungkapkan aktivitas CSR (Widyastari & Sari, 2018). Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Gunawan et al. (2019), Widyastari & Sari (2018), Yuliskayani & Damayanthi (2018), dan Purbawangsa *et al.* (2020) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan teori stakeholder dan hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H3 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

Media menjadi alat publikasi yang digunakan perusahaan untuk menyampaikan aktivitas sosial yang dijalankan perusahaan. Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa adanya pengungkapan CSR melalui media memudahkan *stakeholder* untuk mengetahui kondisi dari suatu perusahaan dan berdasarkan teori legitimasi, perusahaan yang beroperasi dalam lingkungan masyarakat perlu meyakinkan bahwa perilaku perusahaan sesuai dengan batas-batas dan norma yang ada agar perusahaan dan masyarakat memiliki hubungan yang baik. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Darma *et al.* (2019), Putri *et al.* (2020), Permadiwara & Sujana (2018), Arikarsita & Wirakusuma (2020), Yuliskayani & Damayanthi (2018), dan Sandityas (2018) yang menyatakan bahwa *media exposure* berpengaruh terhadap intensitas pengungkapan *corporate social responsibility*. Berdasarkan teori *stakeholder*, teori legitimasi dan hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H4 : *Media exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Sumber: Data Penelitian, 2022

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tingkat explanasi penelitian berbetuk asosiatif. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur pada tahun 2018-2020. Keseluruhan populasi kemudian diseleksi menggunakan teknik *non probability sampling* dengan menggunakan kriteria yang telah ditentukan. Hasil penentuan sampel disajikan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Hasil Penentuan Sampel

No	Kriteria Sampel	Jumlah
1	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2018-2020	180
2	Perusahaan yang mengalami suspensi pada tahun 2018-2020	(7)
	Jumlah sampel yang memenuhi kriteria	173
	Jumlah sampel penelitian (173 x 3 tahun amatan)	519
	Outlier data	(243)
	Jumlah sampel setelah outlier	276

Sumber: Data Penelitian, 2022

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Sebelum melakukan analisis regresi linear berganda, dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolonieritas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas. Selanjutnya, untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh pada variabel dependen baik secara simultan ataupun parsial dilakukan dan uji koefisien determinasi (R²), uji kelayakan model (uji F), Uji Hipotesis (uji t). Adapun persamaan regresi yang digunakan adalah :

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + e \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

- Y = Pengungkapan Corporate Social Responsibility
- α = Konstanta
- X₁ = Kepemilikan Asing
- X₂ = Kepemilikan Manajerial
- X₃ = Profitabilitas
- X₄ = Media exposure
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ = Koefisien Regresi
- e = Standar Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi (Sugiyono, 2019:206). Hasil statistik deskriptif data disajikan pada Tabel 3 berikut.

Tabel 2. Hasil Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepemilikan Asing	276	0,000	97,288	24,737	30,254
Kepemilikan Manajerial	276	0,000	97,160	13,453	23,232
Profitabilitas	276	-45,086	46,660	2,598	8,886
Media Exposure	276	0,000	1,000	0,638	0,482
Pengungkapan CSR	276	0,055	0,593	0,209	0,118
Valid N (listwise)	276				

Sumber: Data Penelitian, 2022

Hasil statistik deskriptif yang disajikan pada Tabel 2, menunjukkan jumlah pengamatan sebanyak 276. Variabel kepemilikan asing memiliki nilai minimum 0,000 yang artinya nilai terendah dari kepemilikan asing dimiliki oleh perusahaan PT Prima Cakrawala Abadi Tbk (PCAR) pada tahun 2018. Nilai maksimum kepemilikan asing adalah sebesar 97,288 yang dimiliki oleh perusahaan Eratex Djaja Tbk tahun (ERTX) 2020. Mean dari kepemilikan asing adalah 24,737 artinya rata-rata kepemilikan asing pada perusahaan manufaktur cenderung rendah dan standar deviasi sebesar 30,254.

Variabel kepemilikan manajerial memiliki nilai minimum sebesar 0,000 yang artinya nilai terendah dari kepemilikan manajerial dimiliki perusahaan PT Duta Pertiwi Nusantara Tbk (DPNS) pada tahun 2018 dan 2019. Nilai maksimum kepemilikan manajerial adalah sebesar 97,160 yang berarti nilai tertinggi dari kepemilikan manajerial yaitu dari perusahaan PT Eratex Djaja Tbk (ERTX) tahun 2020. Mean dari kepemilikan manajerial adalah 13,453 artinya rata-rata kepemilikan manajerial pada perusahaan manufaktur cenderung rendah dan standar deviasi sebesar 23,232.

Variabel profitabilitas memiliki nilai minimum sebesar -45,086, perusahaan dengan nilai profitabilitas terendah yaitu Perusahaan PT. Waskita Beton Precast Tbk (WSBP) tahun 2020. Nilai maksimum profitabilitas yaitu 46,660 dimiliki perusahaan PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) tahun 2018. Mean dari profitabilitas sebesar 2,598 artinya rata-rata profitabilitas perusahaan manufaktur cenderung mendekati nilai maksimumnya dan standar deviasi sebesar 8,886.

Media exposure memiliki nilai minimum 0 dan nilai maksimum 1. Mean dari variabel media exposure yaitu 0,638 dan standar deviasi sebesar 0,482. Variabel pengungkapan CSR memiliki nilai minimum sebesar 0,055 yang berarti nilai terendah pengungkapan CSR yaitu perusahaan PT Panasia Indo Resource Tbk (HDTX) tahun 2018, 2019, dan 2020. Nilai maksimum dari pengungkapan CSR sebesar 0,593 yang berarti nilai tertinggi dari pengungkapan CSR dimiliki perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk (UNVR) tahun 2018, 2019, dan 2020. Mean dari pengungkapan CSR adalah sebesar 0,209 artinya rata-rata pengungkapan CSR pada 276 sampel perusahaan manufaktur adalah 0,209. Rata-rata pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur cenderung rendah dan standar deviasi sebesar 0,118.

Tabel 3. Hasil Analisis Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,182	0,013		13,567	0,000
	Kepemilikan Asing	0,000	0,000	0,095	1,611	0,108
	Kepemilikan Manajerial	-0,001	0,000	-0,141	-2,404	0,017
	Profitabilitas	0,002	0,001	0,144	2,441	0,015
	Media Exposure	0,036	0,014	0,145	2,487	0,013
	<i>Adjusted R Square</i>	0,109				
	F Hitung	6,123				
	Sign. F	0,000				

Sumber: Data Penelitian, 2022

Berdasarkan hasil persamaan regresi yang disajikan pada Tabel 4 hasil nilai konstanta (α) 0,182 menunjukkan bahwa apabila kepemilikan asing (X_1), kepemilikan manajerial (X_2), Profitabilitas (X_3), dan *media exposure* (X_4) sama dengan nol, maka nilai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Y) akan meningkat sebesar 0,182. Nilai koefisien $\beta_1 = 0,000$ menunjukkan bahwa jika nilai kepemilikan asing (X_1) naik satu persen, maka nilai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.000 persen dengan asumsi variabel lainnya konstan. Nilai koefisien $\beta_2 = -0.007$ menunjukkan bahwa jika nilai kepemilikan manajerial (X_2) naik satu persen, maka nilai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Y) akan mengalami penurunan sebesar -0,017 persen dengan asumsi variabel lainnya konstan. Nilai koefisien $\beta_3 = 0.002$ menunjukkan bahwa jika nilai profitabilitas (X_3) naik satu persen, maka nilai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,002 persen dengan asumsi variabel lainnya konstan. Nilai koefisien $\beta_4 = 0,036$ menunjukkan bahwa jika nilai *media exposure* (X_4) naik satu persen, maka nilai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Y) akan meningkat sebesar 0,036 persen dengan asumsi variabel lainnya konstan.

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui dan mengukur kemampuan model dalam menerapkan variasi variabel independen. Nilai *Adjusted R Square* pada model regresi yang digunakan adalah sebesar 0,109. Ini berarti variasi intensitas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020 dapat dipengaruhi secara signifikan oleh variabel kepemilikan asing, kepemilikan manajerial, profitabilitas, dan *media exposure* sebesar 10,9%, sedangkan sisanya sebesar 89,1% dijelaskan oleh faktor-faktor lain.

Uji kelayakan model (uji F) bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model penelitian ini, model yang digunakan layak atau tidak sebagai analisis untuk menguji pengaruh variabel bebas pada variabel terikat. Model regresi yang digunakan menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 6,123 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa model dalam penelitian ini layak atau variabel kepemilikan asing, kepemilikan manajerial, profitabilitas, dan *media exposure* dapat menjelaskan variabel pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020.

Hal ini membuktikan bahwa model ini layak untuk diteliti dan dilanjutkan dengan pembuktian hipotesis.

Hipotesis pertama (H_1) yaitu kepemilikan asing yang tinggi berpengaruh positif terhadap intensitas pengungkapan CSR ditolak. Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,108 lebih besar dari 0.05 yang berarti bahwa kepemilikan asing tidak memiliki berpengaruh terhadap intensitas pengungkapan CSR. Besar atau kecilnya kepemilikan asing yang ada dalam suatu perusahaan tidak memberikan pengaruh pada intensitas pengungkapan CSR. Kepemilikan asing di Indonesia nyatanya belum *concern* terhadap masalah lingkungan dan menjadikan masalah lingkungan sebagai isu kritis yang secara luas harus diungkapkan dalam laporan tahunan (Irhami & Diana, 2020). Penelitian ini tidak sejalan dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa kepemilikan asing dalam perusahaan mampu meningkatkan intensitas pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari & Sudana (2018), Kardiyanti Ni Kadek Elma (2020), Singal (2017), Darma *et al.* (2019), dan Irhami & Diana (2020).

Hipotesis kedua (H_2) yaitu kepemilikan manajerial yang tinggi berpengaruh positif terhadap intensitas pengungkapan CSR ditolak. Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan variabel kepemilikan manajerial memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,001, artinya kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap intensitas pengungkapan CSR. Hal ini berdasarkan hasil statistik deskriptif, rata-rata kepemilikan manajerial dalam perusahaan cenderung rendah, dengan kepemilikan manajerial yang masih sedikit menyebabkan manajemen belum dapat memaksimalkan kinerjanya untuk memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan. Sebaliknya dengan jumlah kepemilikan manajerial yang tinggi dalam perusahaan, hanya akan meningkatkan motivasi manajer dalam melaksanakan kegiatan yang menghasilkan banyak keuntungan secara langsung dan mengesampingkan kegiatan-kegiatan yang tidak secara langsung menghasilkan laba (Visesha & Efendi, 2019). Hasil penelitian ini tidak dapat membuktikan berlakunya teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa, adanya kepemilikan manajerial yang tinggi akan meningkatkan intensitas pengungkapan CSR. Penelitian ini mendukung hasil penelitian Visesha & Efendi (2019) dan Rivandi & Annisa (2020), yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap intensitas pengungkapan tanggung jawab perusahaan.

Hipotesis ketiga (H_3) yaitu profitabilitas berpengaruh positif terhadap intensitas pengungkapan CSR diterima. Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan variabel profitabilitas memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,015 lebih kecil dari 0,05. Profitabilitas yang tinggi membuat manajer memiliki kesempatan lebih banyak melakukan CSR dan mengungkapkan CSR, hal tersebut dikarenakan kinerja perusahaan yang baik sehingga mampu mengalokasikan lebih banyak laba untuk aktivitas sosial perusahaan (Widyastari & Sari, 2018). Profitabilitas bisa menjadi tolak ukur perusahaan dalam pengungkapan CSR, karena semakin besar nilai profitabilitas perusahaan, manajemen mempunyai kemampuan dalam meningkatkan aktivitas CSR secara lebih baik. Hasil pada penelitian ini berhasil mengungkapkan berlakunya teori *stakeholder* yang menyatakan adanya profit yang tinggi mampu meningkatkan aktivitas CSR dan pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Widyastari &

Sari (2018), Pakpahan & Rajagukguk (2018), Yuliskayani & Damayanthi (2018), Irhami & Diana (2020), dan Permadiswara & Sujana (2018) yang menyatakan profitabilitas berpengaruh positif terhadap intensitas pengungkapan CSR.

Hipotesis keempat (H_4) yaitu *media exposure* yang berpengaruh positif terhadap intensitas pengungkapan CSR diterima. Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel *media exposure* yang dihasilkan sebesar 0,013 lebih kecil dari 0,05. Semakin banyak informasi yang diungkapkan melalui media maka intensitas pengungkapan CSR semakin meningkat. Media menjadi alat komunikasi yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk menyampaikan berbagai informasi aktivitas perusahaan. Penelitian ini berhasil membuktikan teori *stakeholder* dan teori legitimasi bahwa informasi pengungkapan CSR yang dipublikasikan melalui media memudahkan para *stakeholder* mengetahui kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan dan secara tidak langsung dapat mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap perusahaan. Penelitian ini mendukung hasil penelitian dari Darma *et al.* (2019), Putri *et al.* (2020), (Permadiswara & Sujana, 2018), (Arikarsita & Wirakusuma, 2020), Yuliskayani & Damayanthi (2018), dan Sandityas (2018) yang menyatakan bahwa *media exposure* berpengaruh terhadap intensitas pengungkapan *corporate social responsibility*.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data secara statistik dan pembuktian empiris berdasarkan teori *stakeholder* dan teori legitimasi, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas dan *media exposure* berpengaruh positif terhadap intensitas pengungkapan CSR. Kepemilikan asing tidak memiliki pengaruh terhadap intensitas pengungkapan CSR. Artinya besar kecil kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap intensitas pengungkapan CSR. Kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap intensitas pengungkapan CSR, semakin besar kepemilikan manajerial dalam suatu perusahaan akan menurunkan pengungkapan CSR.

Adapun saran-saran yang dapat diberikan peneliti terkait hasil penelitian. Bagi perusahaan dapat memperluas pengungkapan CSR karena tingkat pengungkapan CSR perusahaan manufaktur cenderung rendah dan bagi regulator agar mempertegas sanksi yang diberikan kepada perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR. Penelitian ini menunjukkan besarnya nilai *adjusted R²* yang kecil diharapkan bagi penelitian selanjutnya, dapat menggunakan variabel bebas lainnya yang diduga dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*. Penelitian ini hanya memperoleh data dan informasi dari laporan tahunan dan menggunakan GRI G4 sebagai pedoman diharapkan bagi penelitian selanjutnya menambahkan laporan keberlanjutan sebagai sumber informasi mengenai pengungkapan CSR yang dilaporkan perusahaan dan menggunakan pedoman terbaru yaitu GRI standard.

REFERENSI

- Abu Qa dan, M. B., & Suwaidan, M. S. (2019). Board composition, ownership structure and corporate social responsibility disclosure: the case of Jordan. *Social Responsibility Journal*, 15(1), 28–46.
- Alshbili, I., Elamer, A. A., & Beddewela, E. (2020). Ownership types, corporate governance and corporate social responsibility disclosures: Empirical evidence from a developing country. *Accounting Research Journal*, 33(1), 148–166.
- Arikarsita, N. W., & Wirakusuma, M. G. (2020). Kinerja Lingkungan, Kepemilikan manajerial, Media Exposure dan Corporate Social Responsibility Disclosure. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(12), 3096.
- Asiah, N., & Muniruddin, S. (2018). Kepemilikan Asing , Dan Dewan Komisaris Independen Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, 3(2), 265–275.
- Aulia, M. I., & Aini, A. (2021, February). Faktor Yang Memengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility. In UMMagelang Conference Series (pp. 495-508).
- Bursa Efek Indonesia. (2021). Laporan Tahunan. Dalam www.idx.co.id. Diakses pada 20 September 2021.
- Darma, B. D., Arza, F. I., & Halmawati, H. (2019). Pengaruh Pengungkapan Media, Kinerja Lingkungan Dan Kepemilikan Asing Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility: *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(1), 78–89.
- detikNews. (2021). 102 Warga Keracunan Gas Pabrik. Website: <https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-5593210/102-warga-keracunan-gas-pabrik-dprd-karawang-jangan-terulang-lagi>. Diakses pada 28 Oktober 2021.
- Freeman, R. E. (2015). Stakeholder Theory. *Wiley Encyclopedia of Management*, 1–6. <https://doi.org/10.1002/9781118785317.weom020179>
- Ghozali Imam dan Anis Chariri. (2014). *Teori Akuntansi Internasional Financial Reporting System (IFRS)*. Edisi (empat). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Gunawan, A., Puntoro, H. R., & Pakolo, R. P. (2019). the Effect of Profitability, Company Age, and Public Ownership on Corporate Social Responsibility Disclosure. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 5(2), 291. <https://doi.org/10.25105/jat.v5i2.4860>
- Hasibuan, N. S., & Wulan, M. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan , Growth Dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social. 167–180. <https://doi.org/10.33510/statera.2020.2.2.167-180>
- Herman. (2018). Manfaat Corporate Social Responsibility oleh Stakeholder Primer dan Sekunder (Studi Kasus Pada PT. Asia Sawit Makmur Jaya Provinsi Riau) Herman Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Islam Riau. *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik Dan Kebijakan Sosial*, 2(2), 264–277.
- Hotria, H., & Afriyenti, M. (2018). Pengaruh Agresivitas Pajak, Media Exposure,

- Profitabilitas, dan Sertifikat ISO 14001 terhadap Minat Pengungkapan CSR (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2017). *Wahana Riset Akuntansi*, 6(2), 1311. <https://doi.org/10.24036/wra.v6i2.102514>
- Irhami, W., & Diana, N. (2020). Pengaruh Struktur Kepemilikan, Ukuran Perusahaan, Kinerja Keuangan dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018). *E-Jra*, 09(10), 13-29.
- Kardiyanti, N. K. E., & Dwirandra, A. N. B. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Asing pada Pengungkapan CSR. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(9), 2338-2350.
- Kim, W. S., Park, K., & Lee, S. H. (2018). Corporate social responsibility, ownership structure, and firm value: Evidence from Korea. *Sustainability (Switzerland)*, 10(7). <https://doi.org/10.3390/su10072497>
- Kirana, G., Shinta, N., & Rahmasari, W. (2021). Pengaruh Tata Kelola Perusahaan, Ukuran Perusahaan, dan Keterbukaan Massa Terhadap Pengungkapan Informasi Lingkungan Influence of Corporate Governance, Size of Company, and Media Exposure to Environmental Disclosure. 17(1), 45-54.
- Komang, N., Trisna, A., Mediatrix, M., & Sari, R. (2019). E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Pada CSR Disclosure Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia PENDAHULUAN Modernisasi suatu wilayah sering kali didukung oleh. 27, 1956-1982.
- Listyaningsih, E., Dewi, R., & Baiti, N. (2018). The Effect of Good Corporate Governance on Corporate Social Responsibility Disclosure on Jakarta Islamic Index. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 4(3), 273-281. <https://doi.org/10.17358/ijbe.4.3.273>
- Manurung, D.T.H., Kusumah, W.R., Hapsari, D.W., Husnatarina, F. . (2017). The Effect of Corporate Governance on Corporate Social Responsibility Disclosure and Performance. *International Journal of Art and Commerce*, 6(5), 15-28. <https://www.researchgate.net/publication/318596515%0AEffect>
- Mashuri, A. A. S., & Ermaya, H. N. L. (2020). The Effect of Tax Aggressiveness and Media Exposure on Corporate Social Responsibility Disclosure with Profitability as Moderated Variables. 124(47), 16-28. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200305.047>
- Nurleni, N., Bandang, A., Darmawati, & Amiruddin. (2018). The effect of managerial and institutional ownership on corporate social responsibility disclosure. *International Journal of Law and Management*, 60(4), 979-987. <https://doi.org/10.1108/IJLMA-03-2017-0078>
- Pakpahan, Y., & Rajagukguk, L. (2018). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Jurnal Akuntansi*, 18(2), 197-218. <http://ejournal.ukrida.ac.id/ojs/index.php/Akun/article/view/1631>
- Permadiswara, K. Y., & Sujana, I. K. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajemen dan Media Exposure Pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Akuntansi*, 25, 690.

- <https://doi.org/10.24843/eja.2018.v25.i01.p26>
- Purbawangsa, I. B. A., Solimun, S., Fernandes, A. A. R., & Mangesti Rahayu, S. (2020). Corporate governance, corporate profitability toward corporate social responsibility disclosure and corporate value (comparative study in Indonesia, China and India stock exchange in 2013-2016). *Social Responsibility Journal*, 16(7), 983–999. <https://doi.org/10.1108/SRJ-08-2017-0160>
- Putra, H. K., Kamilah, K., & Indrawati, N. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, Likuiditas, Dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Food And Beverages Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014 S.D 2018. *Jurnal Akuntansi*, 9(1), 61–72.
- Putri, K., Dharma, F., & Sukmasari, D. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Csr, Sebuah Study Empiris Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 25(2), 59–73. <https://doi.org/10.23960/jak.v25i2.253>
- Revaldo, A. A., & Rusmanto, T. (2020). the Effect of Profitability, Liquidity, Firm Size and Media Exposure on Corporate Social Responsibility Disclosure in Indonesian Non-Banking State-Owned Enterprises. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 103(7), 140–148. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2020-07.17>
- Rivandi, M. (2020). Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan High Profile di BEI. *Akuntabilitas*, 13(2), 205–220. <https://doi.org/10.15408/akt.v13i2.17336>
- Salehi, M., Tarighi, H., & Rezanezhad, M. (2017). The relationship between board of directors' structure and company ownership with corporate social responsibility disclosure: Iranian angle. *Humanomics*, 33(4), 398–418. <https://doi.org/10.1108/H-02-2017-0022>
- Sandityas, Z. A. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung jawab Sosial Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018). *Seminar Nasional Dan The 6th Call for Syariah Paper*, 471–480.
- Sari, A. P. (2020). Peran Kepemilikan Asing, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Coorporate Social Responsibility Perusahaan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(1), 154. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v4i1.132>
- Septianingsih, L. R., & Muslih, M. (2019). Board Size , Ownership Diffusion , Gender Diversity , Media Exposure , dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Kasus pada Perusahaan Indeks SRI-KEHATI yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode. 11(November), 218–229.
- Singal, P. A. (2017). *I Nyoman Wijana Asmara Putra 2 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Indonesia*. 928–942.
- Sparta, D., & Rheadanti, D. K. (2019). Pengaruh Media Exposure Tehradap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perusahaan Manufaktur Terdaftar di BEI. *Equity*, 22(1), 12. <https://doi.org/10.34209/equ.v22i1.903>
- Suchman, M. C. (1995). *Suchman 1995 Managing Legitimacy Strategic and Institutional Approaches* AMR. 20(3), 571–610.
- Sugiyono. DR.(2019). *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi (Enam). Bandung: CV

ALFABETA.

- Sukasih, A., & Sugiyanto, E. (2017). Pengaruh Struktur Good Corporate Governance Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015). *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 2(2), 121-131. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v2i2.4894>
- Suprijani, P., & Patrisia, D. (2020). Pengaruh Struktur Kepemilikan, Dewan Komisaris, dan Kebijakan Dividen terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 2(2), 83.
- Tokas1, K., & Yadav2, K. (2020). Foreign Ownership and Corporate Social Responsibility: The Case of an Emerging Market. DOI: 10.1177/0972150920920444
- Ullah, M. S., Muttakin, M. B., & Khan, A. (2019). Corporate governance and corporate social responsibility disclosures in insurance companies. *International Journal of Accounting and Information Management*, 27(2), 284-300. <https://doi.org/10.1108/IJAIM-10-2017-0120>
- Visesha, N., & Efendi, D. (2019). Pengaruh Kepemilikan Saham Terhadap. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 8(3), 1-21.
- Wagner, R., & Seele, P. (2017). Uncommitted Deliberation? Discussing Regulatory Gaps by Comparing GRI 3.1 to GRI 4.0 in a Political CSR Perspective. *Journal of Business Ethics*, 146(2), 333-351. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3654-8>
- Wiagustini, N.L.P. (2014). *Manajemen Keuangan*. Edisi (Pertama). Denpasar: Udayana University Press.
- Widiastuti, H., Utami, E. R., & Handoko, R. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, Growth, dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 3(2), 107-117.
- Widyastari, N. K. W., & Sari, M. M. R. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Proporsi Dewan Komisaris Independen, dan Kepemilikan Asing Pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 22(3), 1826-1856.
- Wulandari, A. A. A. I., & Sudana, I. P. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Asing, Kepemilikan Manajemen, dan Leverage Pada Intensitas Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Akuntansi*, 22(2), 1445-1472. <https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v22.i02.p23>
- Yani, N. P. T. P., & Suputra, I. D. G. D. (2020). Pengaruh Kepemilikan Asing, Kepemilikan Institusional dan Leverage terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(5), 1196.
- Yekini, K., Li, H., Ohalehi, P., & Chijoke-Mgbame, A. M. (2019). CSR disclosure and corporate sustainability: Evidence from the shenzhen stock exchange. *International Journal of Business Governance and Ethics*, 13(3), 300-322.
- Yuliskayani, L., & Damayanthi, I. G. A. E. (2018). Consumer Proximity, Media Exposure, Environmental Sensitivity, dan Profitability dalam Memengaruhi CSR di Indonesia. *E-Jurnal Akuntansi*, 23, 1651.