

**PENGARUH MANAJEMEN LABA DAN *MEDIA EXPOSURE*
TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY (CSR)* PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR
SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI
BURSA EFEK INDONESIA (BEI)**

MUHAMMAD YASIN

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Surabaya
muhammadyasin261092@gmail.com

ABSTRACT

The aim of this research is to find empirical evidence about (1) the influence of profitability to CSR disclosure, (2) the influence of leverage to CSR disclosure, (3) the influence of earning management to CSR disclosure, and (4) the influence of media exposure to CSR disclosure. The populations of this research are companies manufacturing sector consumption goods industry which is listed on the Indonesian Stock Exchange (IDX) in the period of year 2014-2016. The research samples are 20 companies with 60 observations. In this study, the variables used are profitability measured by Return On Asset (ROA), leverage measured using Total Debt To Total Assets (TDA), earning management measured using Discretionary Accrual (DA), and media exposure measured by dummy variable. The analysis method used is multiple linear regression analysis with the instrument SPSS (Statistical Product and Service Solution). The result of this research indicates that profitability does not have significant positive effect on CSR, leverage does not have significant positive effect on CSR, earning management does not have significant positive effect on CSR, and media exposure has a significant positive effect on CSR. It has been found from the determination coefficient (R^2) that the R square value is 0,478 or 47,8%, which means the ability of profitability, leverage, earning management and media exposure in explaining CSR disclosure variable as the dependent variable is still weak because it has $R < 0,5$.

Keyword: earning management, media exposure, CSR disclosure.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan bukti empiris tentang (1) pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR, (2) pengaruh leverage terhadap pengungkapan CSR, (3) pengaruh manajemen laba terhadap pengungkapan CSR, dan (4) pengaruh media sosial. eksposur terhadap pengungkapan CSR. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan industri barang konsumsi sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2014-2016. Sampel penelitian sebanyak 20 perusahaan dengan 60 observasi. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah profitabilitas yang diukur dengan Return On Asset (ROA), leverage diukur dengan Total Debt To Total Assets (TDA), manajemen laba diukur dengan Discretionary Accrual (DA), dan eksposur media diukur dengan variabel dummy. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan instrumen SPSS (Statistical Product and Service Solution). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh positif signifikan terhadap CSR, leverage tidak berpengaruh positif signifikan terhadap CSR, manajemen laba tidak berpengaruh positif signifikan terhadap CSR, dan eksposur media berpengaruh positif signifikan terhadap CSR. Dari hasil koefisien determinasi (R^2) didapatkan nilai R square sebesar 0,478 atau 47,8% yang

berarti kemampuan profitabilitas, leverage, manajemen laba dan eksposur media dalam menjelaskan variabel pengungkapan CSR sebagai variabel dependen masih lemah. karena memiliki $R < 0,5$.

Kata kunci: manajemen laba, eksposur media, pengungkapan CSR

PENDAHULUAN

Lahirnya konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) bermula dari banyaknya tuntutan dan harapan masyarakat mengenai peran perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sebagai upaya untuk membangun nama baik perusahaan serta sebagai wujud keikutsertaan perusahaan dalam pembangunan berkelanjutan untuk mengembangkan program kepedulian keseimbangan antara menghasilkan keuntungan, fungsi sosial, dan pemeliharaan lingkungan. CSR adalah suatu tanggung jawab yang dilakukan perusahaan terhadap para *stakeholder* akan dampak yang ditimbulkan dari aktivitas dan keputusan yang telah diambil perusahaan, dengan tiga aspek sasaran yaitu lingkungan, sosial, dan ekonomi. Tiga aspek tersebut diharapkan perusahaan mendapatkan pengakuan dan keberadaannya ditengah-tengah masyarakat dan strategi perusahaan untuk meningkatkan nama baik perusahaan.

Tanggung jawab sosial merupakan salah satu dasar untuk menilai kinerja perusahaan di beberapa negara, dengan melihat ada atau tidaknya informasi CSR pada laporan tahunan perusahaan. Pada dasarnya, laporan keuangan adalah sumber acuan pokok bagi para investor atau calon investor dalam menilai kinerja perusahaan dan sebagai pertimbangan untuk mengambil keputusan. Pada saat ini pengungkapan mengenai pelaporan CSR hanya berlatar kebutuhan perusahaan untuk membentuk *image* bahwa pandangan *stakeholder* perusahaan memiliki kepedulian terhadap lingkungan sosial dan lingkungan hidup.

Pada saat ini khususnya di Indonesia kegiatan dan pelaporan CSR dinyatakan lebih tegas dalam UU-PT Nomor 40 tahun 2007 pasal 74 dan dinyatakan dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 1 Tahun 2013. Peraturan-peraturan yang mengatur pelaksanaan dan pelaporan CSR telah ditetapkan, namun peraturan-peraturan tersebut tidak memberikan standar khusus mengenai hal apa saja yang harus dilaporkan oleh perusahaan berkaitan dengan kegiatan CSR, sehingga kualitas dan kuantitas pelaporan CSR masih dikatakan rendah.

Rendahnya kualitas dan kuantitas dalam pengungkapan CSR perusahaan di Indonesia, menjadikan penelitian ini sangat penting karena besarnya peran CSR yang dipandang dapat digunakan sebagai alat untuk menentukan nilai tambah perusahaan di mata para investor dan *stakeholder* lainnya, namun perusahaan di Indonesia belum mampu secara optimal melaksanakan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan, masih berorientasi kepada

kepuasan para investor dan belum terlalu mempertahankan *stakeholder* lainnya. Selain itu, penelitian ini juga didorong karena adanya perbedaan hasil pada penelitian terdahulu.

Perusahaan yang terlibat dalam aktivitas CSR dapat meningkatkan pendapatan dan profitabilitas. Keterlibatan perusahaan dalam aktivitas CSR merupakan salah satu strategi perusahaan untuk membangun reputasi mereka, dan membedakan produk mereka dari kompetitor. Dalam penelitian Saputra (2016), Kusmawardani dan Sudana (2017) menyatakan bahwa hasil pengujian menunjukkan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Namun, berbeda dengan hasil penelitian Armadi dan Astika (2016) menunjukkan bahwa variabel profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan profitabilitas dengan pengungkapan CSR menunjukkan hasil yang tidak konsisten.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* adalah teori yang mempertimbangkan kepentingan para *stakeholder* yang dapat mempengaruhi strategi perusahaan. Pertimbangan tersebut memiliki potensi karena *stakeholder* adalah bagian perusahaan yang memiliki pengaruh dalam pengelolaan sumber ekonomi yang digunakan dalam aktivitas perusahaan. *Stakeholder theory* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder* (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain) (Ghazali dan Chariri (2007: 409).

Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun non fisik (Hadi, 2011: 87). Teori legitimasi menjelaskan bahwa praktik pengungkapan tanggung jawab perusahaan harus dilaksanakan sedemikian rupa agar aktivitas dan kinerja perusahaan dapat diterima masyarakat. Guna melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat, perusahaan menggunakan kinerja berbasis sosial dan pengungkapan informasi lingkungan.

Manajemen Laba

Secara umum manajemen laba didefinisikan sebagai upaya manajer perusahaan untuk mengintervensi atau mempengaruhi informasi-informasi dalam laporan keuangan dengan tujuan untuk mengelabui *stakeholder* yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan (Sulistiyanto, 2008: 6). Istilah intervensi dan mengelabui inilah yang dipakai sebagai dasar sebagian pihak untuk menilai manajemen laba sebagai kecurangan. Sementara pihak lain tetap

menganggap aktivitas rekayasa manajerial ini bukan sebagai kecurangan. Manajemen laba sebenarnya merupakan upaya oportunistis seseorang untuk mempengaruhi informasi yang disajikan dengan memanfaatkan ketidaktahuan orang lain mengenai informasi yang sebenarnya.

Media Exposure

Media exposure adalah media yang digunakan perusahaan untuk melakukan komunikasi dengan *stakeholder* dalam menyampaikan informasi dan prospek perusahaan. Jika perusahaan ingin mendapat kepercayaan dan pengakuan melalui kegiatan CSR, maka perusahaan harus mempunyai wadah untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan dan berkomunikasi dengan pemangku kepentingannya secara efektif. Pengkomunikasian CSR melalui media akan meningkatkan nilai baik perusahaan di mata masyarakat. Menurut Munif *et al.*, (2010) perusahaan dapat mengungkapkan kegiatan CSR melalui berbagai macam media. Terdapat tiga media yang sering digunakan perusahaan dalam mengungkapkan kegiatan CSR-nya, yaitu melalui media koran, televisi, dan internet. **Tanggung Jawab Sosial (*Corporate Social Responsibility*)**

Definisi tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*) secara luas yaitu suatu tanggung jawab yang dilakukan perusahaan atau organisasi dengan *stakeholder*-nya terhadap dampak yang ditimbulkan dari kegiatan dan keputusan yang telah diambil perusahaan, dengan tiga aspek sasaran yaitu lingkungan, sosial, dan ekonomi. Tiga aspek tersebut diharapkan perusahaan mendapatkan pengakuan dan keberadaannya ditengah-tengah masyarakat dan strategi perusahaan untuk meningkatkan nama baik perusahaan.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

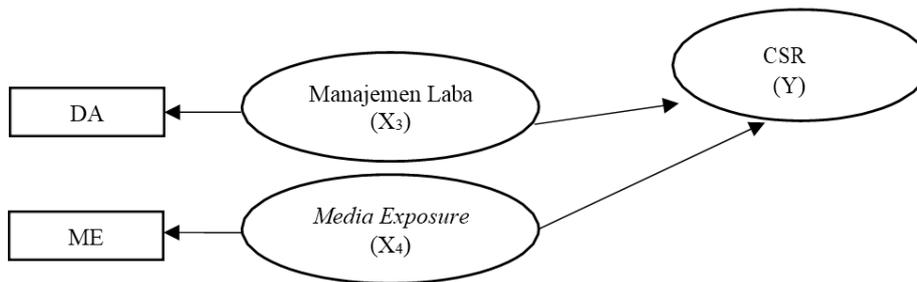
Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut dengan sebagai *Social Disclosure*, *Corporate Sosial Reporting*, *Social Accounting*, atau *Corporate Social Responsibility* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Sembiring, 2005) dalam (Rahmawati 2012: 183). Pratiwi dan Djamhuri (2004) dalam Rahmawati (2012: 183) mengartikan pengungkapan sosial sebagai suatu pelaporan atau penyampaian informasi kepada *stakeholder* mengenai segala aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosialnya. Hasil penelitian di berbagai negara membuktikan, bahwa laporan tahunan merupakan media yang tepat untuk menyampaikan tanggung jawab sosial perusahaan.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Desain pada penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif dengan menguji besar kecilnya suatu pengaruh atau hubungan antar variabel yang dinyatakan dalam angka dengan prosedur statistik yaitu tentang pengaruh profitabilitas, *leverage*, manajemen laba, dan *media exposure* terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2016.

Gambar 1 Desain Penelitian



Tempat dan Waktu

Penelitian dilakukan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014 sampai dengan 2016 dengan mengakses website www.idx.co.id dan dilakukan selama 3 (tiga) bulan mulai dari bulan November 2017 sampai dengan bulan Januari 2018.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini berupa data kuantitatif dan sumber data yang digunakan adalah data sekunder dari laporan tahunan perusahaan (sampel) manufaktur sektor industri barang konsumsi yang telah dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2016 dan diunduh melalui www.idx.co.id.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tiga tahun dari tahun 2014 hingga 2016 sebanyak 35 perusahaan. Berdasarkan kriteria yang ditentukan, terdapat 20 perusahaan yang dijadikan sampel penelitian dengan total penerbitan laporan tahunan sebanyak 60 laporan dari tahun 2014 hingga 2016.

Teknik Pengambilan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan data dengan cara observasi terstruktur. Teknik observasi terstruktur adalah observasi yang telah dirancang secara teratur tentang apa

yang akan diteliti, kapan, dan dimana tempatnya.

Definisi Variabel dan Definisi Operasional

Manajemen Laba

Manajemen laba adalah upaya manajer dalam menentukan besarnya laba dengan komponen *discretionary accrual* dengan cara menaikkan dan menurunkan laba perusahaan. Manajemen laba dapat diukur dengan menggunakan model De Angelo (1986) yaitu dengan metode *discretionary accrual*. Model De Angelo merumuskan bahwa selisih *total akrual* antara periode t dan t-1 adalah tingkat akrual *discretionary*. *Discretionary Accrual* dihitung dengan

$$DA_{it} = (TA_{it} - TA_{it-1}) / A_{it-1}$$

menggunakan rumus sebagai berikut:

Keterangan:

TA_{it} = Total Accrual perusahaan i pada periode t TA_{it-1} = Total Accruals perusahaan ii

pada periode t-1 A_{it-1} = Total Aset perusahaan pada tahun t-1

DA_{it} = Discretionary Accrual perusahaan i periode ke t

Media Exposure

Media exposure adalah suatu media perusahaan yang digunakan untuk mengungkapkan nilai baik perusahaan melalui aktivitas CSR. *Media exposure* diukur dengan menggunakan variabel *dummy*, yaitu dengan memberikan nilai 1 (satu) untuk perusahaan yang mengungkapkan aktivitas CSR di web (internet) dan 0 (nol) untuk perusahaan yang tidak mengungkapkan aktivitas CSR di web (internet).

Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah pengungkapan informasi yang berkaitan dengan lingkungan di laporan tahunan perusahaan. CSR diukur dengan instrument *Global Reporting Initiative (GRI)* versi terbaru yaitu G4. Dalam standar GRI-G4 indikator kinerja dibagi menjadi tiga komponen utama, yaitu ekonomi, lingkungan hidup dan sosial. Total indikator yang terdapat dalam GRI mencapai 91 item. Penilaian yang dilakukan dalam mengukur luas pengungkapan CSR dengan pemberian skor 0 dan 1. Dimana nilai 0 untuk item yang tidak diungkapkan dan nilai 1 untuk item yang diungkapkan oleh perusahaan. Rumus perhitungan CSRI sebagai berikut:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

$CSRI_j$: Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility Index* perusahaan j n_j : Jumlah *item* untuk perusahaan j, $n_j = 91$ (skor maksimal)

$\sum X_{ij}$: Jumlah total pengungkapan CSR oleh perusahaan.

1 = jika *item* diungkapkan. 0 = jika *item* tidak diungkapkan. Dengan demikian, $0 < CSRI_j < 1$

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan cara teknik dokumentasi. Dokumentasi adalah kumpulan dari dokumen yang dapat memberikan keterangan atau bukti yang berkaitan dengan proses pengumpulan dan pengelolaan dokumen secara sistematis. Metode dokumentasi yang digunakan berupa data dan informasi laporan keuangan yang telah diaudit dan laporan tahunan selama kurun waktu tiga tahun, mulai dari tahun 2014 hingga 2016 pada tiap perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI melalui situs resmi www.idx.co.id.

Proses Pengolahan Data

Tahap awal yang dilakukan dalam proses pengolahan data yaitu dimulai dari membuat tabulasi. Tabulasi yaitu sebuah proses perhitungan frekuensi ke dalam masing-masing kategori atau bisa diartikan sebagai proses penyusunan data ke dalam bentuk tabel untuk mempermudah menghitung indikator dari semua variabel. Sehingga diperoleh hasil tabulasi data yang akan terlihat ringkas dan bersifat rangkuman serta tersusun dalam suatu tabel yang baik sehingga dapat dibaca dengan mudah dan mudah dipahami. Kemudian akan dilakukan entri data yaitu proses memasukkan data yang terkumpul ke dalam komputer.

TEKNIK ANALISIS DATA DAN PENGUJIAN HIPOTESIS

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan regresi linier berganda dan alat uji yang digunakan adalah program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Metode analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui apakah model regresi benar-benar menunjukkan hubungan yang signifikan dan representatif, maka model tersebut harus memenuhi asumsi klasik regresi. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi:

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik yaitu model regresi yang memiliki distribusi data yang normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya

korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas dilihat melalui nilai *tolerance value* dan *variance inflation factor* (VIF). Angka yang menunjukkan tidak adanya multikolinieritas apabila nilai *tolerance* $> 0,10$ atau sama dengan nilai *VIF* < 10 . **Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah model mengandung autokorelasi atau tidak. Untuk menguji ada tidaknya gejala autokorelasi maka dapat dideteksi dengan uji *Durbin Watson* (DW test). Uji *Durbin-Watson* hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel log diantara variabel independen. Pengambilan keputusan ada atau tidaknya autokorelasi: (1) Jika nilai DW < -2 , artinya autokorelasi positif, (2) Jika nilai DW diantara -2 sampai 2 , artinya tidak ada autokorelasi, (3) Jika nilai DW > 2 , artinya autokorelasi negatif.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual tetap maka disebut homoskedastisitas, namun apabila berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Pengukuran ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dengan uji *glejtser*. Uji *glejtser* dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan absolut residual. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari $0,05$ maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Uji Parsial (t)

Uji parsial (t) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen pada penelitian secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan menggunakan kriteria sebagai berikut: (1) Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak. Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, (2) Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima. Ini berarti secara parsial variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Uji Koefisien Determinasi (R)

Uji koefisien determinasi (R) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi variabel dependen. Nilai R yang kecil berarti kemampuan variasi variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang

dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskriptif Penelitian

Analisis deskriptif dilakukan dengan tujuan untuk memberikan gambaran secara umum dari data yang didapatkan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji Profitabilitas, *Leverage*, Manajemen Laba, dan *Media Exposure* terhadap Pengungkapan CSR. Deskripsi dari setiap variabel penelitian diperoleh sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Discretionary Accrual (X1)	60	-4.12	.43	-.1842	.77554
Pengungkapan CSR (Y1)	60	.07	.68	.2270	.13367
Media Exposure(X2)	60	.00	1.00	.6833	.46910
Valid N (listwise)	60				

Sumber: Data sekunder yang diolah

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui suatu informasi mengenai nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi dari setiap variabel dalam penelitian ini. Variabel manajemen laba memiliki nilai minimum sebesar -4,12 dan nilai maksimum sebesar 0,43. Sedangkan nilai rata-rata sebesar -0,1842 dengan standar deviasi sebesar 0,77554. Variabel *media exposure* memiliki nilai minimum sebesar 0,00 dan nilai maksimum sebesar 1,00. Sedangkan nilai rata-rata sebesar 0,6833 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,46910. Variabel Pengungkapan CSR memiliki nilai minimum sebesar 0,07 dan nilai maksimum sebesar 0,68. Sedangkan nilai rata-rata sebesar 0,2270 dengan standar deviasi sebesar 0,13367.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah setiap variabel independen saling berhubungan secara linier.

Tabel 3 Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	nstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.095	.048		1.983	.052		
Discretionary Accrual	-.014	.021	-.081	-.673	.504	.961	1.041
Media Exposure	.123	.035	.432	3.541	.001	.944	1.060

Sumber: Data sekunder yang diolah

Hasil uji multikolinearitas pada tabel 3 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* yang dimiliki oleh variabel DA sebesar 0,961, dan variabel ME sebesar 0,944. Nilai *tolerance* yang dimiliki oleh seluruh variabel independen tersebut di atas 0,1 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen. Hasil perhitungan nilai VIF juga menunjukkan hal yang sama bahwa nilai VIF yang dimiliki oleh seluruh variabel independen adalah dibawah 10. Kesimpulannya bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas dan layak untuk digunakan.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui adanya korelasi secara linear antara kesalahan pengganggu periode t dengan kesalahan pengganggu periode t-1 (sebelumnya).

Tabel 4 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.478 ^a	.228	.172	.12161	1.984

Sumber: Data sekunder yang diolah

$$d_u < d < (4 - d_u)$$

$$1,7274 < 1,984 < (4 - 1,7274) = 1,7274 < 1,984 < 2,2726$$

Hasil uji multikolinearitas pada tabel 4 menunjukkan nilai Durbin Watson sebesar 1,984 dan nilai tersebut berada diantara d_u dan $(4 - d_u)$ atau 1,984 lebih besar dari 1,7274 dan 1,984 lebih kecil dari 2,2726 maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi linier tersebut tidak terjadi korelasi diantara kesalahan pengganggu.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya.

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.126	.133		-.952	.355
Ln_DA	.019	.014	.275	1.331	.201
Media Exposure	.064	.036	.384	1.785	.092

Sumber: Data sekunder yang diolah

Berdasarkan tabel 5 nilai signifikansi untuk masing-masing variabel terhadap absolute residual berada di atas 0,05 sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat masalah

heteroskedastisitas pada data penelitian ini.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dimaksudkan untuk menguji seberapa besar pengaruh Manajemen Laba, dan *Media Exposure* terhadap Pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi.

Tabel 6 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.095	.048		1.983	.052		
Discretionary Accrual	-.014	.021	-.081	-.673	.504	.961	1.041
Media Exposure	.123	.035	.432	3.541	.001	.944	1.060

Sumber: Data sekunder yang diolah

Uji Parsial (Uji-t)

Uji parsial (Uji-t) digunakan untuk membuktikan koefisien regresi tersebut mempunyai pengaruh signifikan antara variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat). Dasar pengambilan keputusan: (1) Jika $\text{sig} < 0,05$, maka H_0 diterima. (2) Jika $\text{sig} > 0,05$, maka H_0 ditolak. Berdasarkan tabel 7 diatas hasil Uji-t dapat diketahui bahwa

Hasil uji t pada variabel manajemen laba sebesar -0,673 dengan signifikan 0,504 $> 0,05$ maka H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen laba tidak berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hasil uji t pada variabel *media exposure* sebesar 3.541 dengan signifikan sebesar 0,001 $< 0,05$ maka H_0 diterima. Hal ini membuktikan bahwa *media exposure* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi variabel dependen.

Tabel 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.478 ^a	.228	.172	.12161

Sumber: Data sekunder yang diolah

Dari tabel 7 menunjukkan bahwa angka koefisien korelasi (R) adalah sebesar 0,478 yang menandakan bahwa hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen adalah lemah karena memiliki $R < 0,5$. Adapun nilai adjusted R^2 sebesar 0,228 menunjukkan

bahwa hanya 22,8% variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen dalam penelitian ini. Sedangkan sisanya yang 77,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian yang mungkin dapat mempengaruhi pengungkapan CSR.

PEMBAHASAN

Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Pengungkapan CSR

Hasil pengujian secara parsial mengenai manajemen laba terhadap pengungkapan CSR menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar -0,673 dengan signifikansi 0,504 yang berarti lebih besar dari 0,05 maka H_0 ditolak, sehingga kesimpulannya variabel manajemen laba tidak berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Hasil pengujian menunjukkan bahwa manajemen laba tidak berpengaruh positif signifikan terhadap terhadap pengungkapan CSR. Tidak adanya pengaruh antara manajemen laba dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan disebabkan oleh masih banyaknya perusahaan yang bersifat ekonomis. Selain itu pelaksanaan aktivitas tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan tidak bertujuan untuk untuk mengalihkan perhatian investor akan pelaksanaan kegiatan manajemen laba, namun pelaksanaan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan semata-mata untuk mentaati peraturan perundang-undangan. Sehingga kegiatan manajemen laba yang dilakukan oleh manajemen perusahaan tidak akan meningkatkan kegiatan CSR.

Pengaruh *Media Exposure* Terhadap Pengungkapan CSR

Hasil pengujian secara parsial mengenai *media exposure* terhadap pengungkapan CSR menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 3.541 dengan signifikansi 0,001 yang berarti lebih kecil dari 0,05 maka H_0 diterima, sehingga kesimpulannya variabel *media exposure* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Hasil pengujian menunjukkan bahwa *media exposure* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan informasi melalui media perusahaan (internet) mendapat tanggapan positif dari para *stakeholder* sehingga dapat mempengaruhi tindakan manajemen untuk melakukan pengungkapan CSR dan perusahaan yang menyajikan informasi CSR dalam web (internet) akan mengungkapkan CSR yang lebih luas. Alasan yang mendasarinya adalah perusahaan yang mengungkapkan kegiatan sosialnya pada web (internet) perusahaan dinilai transparan terhadap masyarakat luas, karena perusahaan memberikannya secara umum, jika perusahaan perusahaan mampu untuk memberikan informasi yang cukup kepada masyarakat umum yang dinilai kurang memiliki kepentingan dengan perusahaan, maka perusahaan

dianggap akan mampu untuk memberikan informasi yang lebih detail pada laporan tahunannya yang sifatnya lebih khusus untuk para pihak yang dinilai memiliki kepentingan lebih dengan perusahaan.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan membuktikan pengaruh manajemen laba dengan indikator *Discretionary Accrual* (DA), dan *media exposure* dengan indikator variabel *dummy* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan indikator GRI-G4. Berdasarkan hasil analisa data dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, diperoleh kesimpulan sebagai berikut: Manajemen laba tidak berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR. *Media exposure* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Saran

Berikut adalah saran penulis untuk peneliti selanjutnya dan pihak-pihak terkait dalam pengungkapan CSR. (1) Bagi perusahaan, diharapkan agar lebih terbuka dalam mengungkapkan laporan keberlanjutan agar dapat lebih meningkatkan laba serta dapat memperluas sampel penelitian bagi peneliti selanjutnya jika semakin banyak perusahaan yang mengungkapkannya laporan keberlanjutan. (2) Bagi investor, harus bijak dalam menentukan investasi di suatu perusahaan dengan mempertimbangkan berbagai aspek ketika melakukan investasi (3) Bagi pemerintah, diharapkan dapat membuat peraturan khusus terkait pengungkapan CSR dalam bentuk laporan keberlanjutan bagi perusahaan publik, agar dapat menjadi tambahan informasi bagi para peneliti, masyarakat, dan khususnya para investor dalam pengambilan keputusan. (4) Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambahkan variabel dan indikator dalam penelitiannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfarizi, A. Gusma. 2016. Pengaruh *Media Exposure*, Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan Struktur Kepemilikan Saham Terhadap Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah. Yogyakarta.
- Armadi, I. Wayan dan I. B. P. Astika. 2016. Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan Melalui Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 17(1): 233-256.
- Ghozali, Imam dan A. Chariri. 2009. *Teori Akuntansi*. Edisi Keempat. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Hanafi, Mamduh M. dan A. Halim. 2016. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Kelima. Yogyakarta: UPP STIM YKPN. <https://www.globalreporting.org/reporting/G3andG3-1/g3-1guidelines/Pages/gri-default.aspx>. Diakses pada 16 November 2017
- <http://www.idx.co.id>. Data Laporan Keuangan dan Laporan Tahunan Perusahaan 2014- 2016. Diakses pada 20 November 2017
- Mustika, Gita., R. N. Sari, dan A. Azhar I. 2015. Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Variabel Anteseden dan Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Universitas Riau* 8(3): 238-253.
- Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan Nomor 1 Tahun 2013 *Penyajian Laporan Keuangan*. Jakarta: Dewan Standar Akuntansi Keuangan-Ikatan Akuntansi Indonesia.
- Rahmawati. 2012. *Teori Akuntansi Keuangan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Respati, R. Dwi dan P. B. Hadiprajitno. 2015. Analisis Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Diponegoro Journal Of Accounting* 4(4): 1-11.
- Saputra, S. Eka. 2016. Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, dan Size Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan di Bursa Efek Indonesia. *Journal of Economic and Economic Education* 5(1): 75-89.
- Sari, I. G. A. R. Milanda dan N. L. P. S. H. Mimba. 2015. Pengaruh Manajemen Laba, Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Perusahaan Pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 11(3): 629-645.
- Sirait, Pirmatua. 2017. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Ekuilibria.
- Sudana, I. Made. 2013. *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktek*. Jakarta: Airlangga.
- Sulistyanto, Sri. 2008. *Manajemen Laba: Teori dan Model Impiris*. Jakarta: Grasindo.
- Sumaryono, Ani dan N. F. Asyik. 2017. Pengaruh *Size*, Profitabilitas dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 6(8): 1-17.
- Susanto, A.B. 2012. *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Esensi Erlangga Group.
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 *Perseroan Terbatas tentang Regulasi CSR*. 20 Juli 2007. Jakarta: Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 4756.
- Utari, Dewi., A. Purwanti., D. Prawironegoro. 2014. *Manajemen Keuangan: Edisi Revisi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Yasin, Muhammad. "Analysis of Regional Original Revenues and Routine Expenditures on Regional Financial Performance in East Java Regencies and Cities." *Jurnal Mantik* 3.4 (2020): 64-69.
- Yasin, Muhammad. "Analisis Pendapatan Asli Daerah dan Belanja Pembangunan terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten/Kota Jawa Timur." *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting* 3.2 (2020): 465-472.
- YASIN, MUHAMMAD. "ANALISIS TINGKAT PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) PADA KINERJA KEUANGAN DAERAH TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI PROVINSI JAWA TIMUR."

- Yasin, Muhammad. "Analysis Of Regional Original Income Levels In Regional Financial Performance On Economic Growth In East Java Province." *Archives of Business Research (ABR)* 7.10 (2019).
- Yasin, Muhammad, Slamet Riyadi, and Ibrahim Ingga. "Analisis Pengaruh Struktur Apbd Terhadap Kinerja Keuangan Daerah Dan Pertumbuhan Ekonomi Di Kabupaten Dan Kota Se-Jawa Timur." *Jurnal Ekonomi & Bisnis* (2017): 493-510.
- Zahari, S. Verde., Zaitul, dan Herawati. 2016. Pengaruh Manajemen Laba Terhadap *Corporate Social Responsibility* Dengan *Corporate Governance* Sebagai Variabel *Moderating*. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Bung Hatta* 8(1): 1-15.