

Pengaruh *Media Exposure*, Sensitivitas Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Pada Perusahaan Manufaktur di BEI Perusahaan yang Bergerak Dalam Bidang *Food and Beverage* 2017-2021)

Oleh:

Niken Apriliyana Larasati,

Hadiah Fitriyah

Akuntansi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Oktober, 2023



Pendahuluan

- Konsep *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu istilah tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan masyarakat. Sesuai dengan regulasi pemerintah yakni yang tertuang pada Undang-undang No 40 Tahun 2007 yang sudah mengalami perubahan menjadi Bagian Kelima Pasal 1 ayat 3 UU No 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja tentang ketentuan perseoran terbatas atas Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Hal ini sejalan dengan adanya keresahan masyarakat yang mengeluhkan sering terjadinya kelalaian perusahaan terhadap lingkungan akibat dari limbah produksi perusahaan. Pemilihan sektor *Food and Beverage* dikarenakan industri ini merupakan salah satu perusahaan yang mengamai peningkatan yang baik sehingga diindikasikan memiliki dampak yang sangat banyak terhadap lingkungannya.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

H1 : Apakah *Media Exposure* berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

H2 : Apakah Sensitivitas Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

H3 : Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Metode

Jenis Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Dengan mengambil sampel 12 perusahaan dari 30 perusahaan terdaftar yang memenuhi kriteria sebagai berikut :

1. Perusahaan yang melaporkan laporan keuangan secara berkelanjutan dalam periode 2017-2021 di BEI
2. Perusahaan yang mengungkapkan CSR secara berturut-turut dalam periode 2017-2021 di BEI
3. Perusahaan yang mengungkapkan CSR melalui website secara berturut-turut dalam periode 2017-2021.

Identifikasi Variabel

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	SKALA
Media Exposure (X1)	Memberikan Nilai 1 untuk perusahaan yang mengungkapkan CSR di website resmi perusahaan dan 0 untuk yang tidak mengungkapkan	1 = mengungkapkan 0 = tidak mengungkapkan	Skala Nominal
Sensitivitas Perusahaan (X2)	Memberikan nilai 1 untuk perusahaan kategori high Profil dan memberikan nilai 0 untuk perusahaan kategori low profil	1 = Perusahaan Kategori <i>High Profile</i> 0 = Perusahaan Kategori <i>Low Profile</i>	Skala Nominal
Ukuran Perusahaan (X3)	Dikukur dengan menggunakan <i>logaritma natural total asset</i>	$Size = Ln (Total Asset)$	Rasio
Corporate Social Responsibility (Y1)	Menurut GRI indikator untuk mengukur CSR meliputi Ekonomi lingkungan, sosial, praktek ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, HAM, masyarakat dan tanggungjawab atas produk.	$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$	Rasio

Metode Analisis Data

Statistik Deskriptif	Uji Normalitas	Uji Multikolinearitas	Uji Autokolerasi
Pengujian yang digunakan untuk menjelaskan deskripsi data dari banyaknya variabel	Pengujian yang menggambarkan apakah variabel bebas terikat dalam model regresi variabel.	Menguji apakah model regresi linear terdapat kolerasi antar variabel.	Bertujuan untuk menuji apakah regresi linear ada kolerasi antara kesalahan pada periode t-1.
Uji Heteroskedastistas	Uji Regresi Berganda	Pengujian Hipotesis	
Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.	$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$	Untuk menguji ketetapan fungsi regresi sampel dalam menaksirkan nilai aktual secara stastik.	

Pembahasan

UJI PARSIAL (t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance			VIF	
1	(Constant)	13.453	3.600		3.737	.000		
	X1	.156	.061	.293	2.561	.013	.992	1.008
	X2	.073	.034	.248	2.171	.034	.994	1.006
	X3	.338	.096	.404	3.532	.001	.989	1.011

a. Dependent Variable: Y1

Sumber : Data Olahan SPSS V.26

Temuan Penting Penelitian

1. *Media Exposure* berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI yang terdaftar di BEI subsektor perusahaan yang bergerak dalam bidang Food and Beverage dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2021.
2. *Sensitivitas* Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI yang terdaftar di BEI subsektor perusahaan yang bergerak dalam bidang Food and Beverage dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2021.
3. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI yang terdaftar di BEI subsektor perusahaan yang bergerak dalam bidang Food and Beverage dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2021.

KESIMPULAN

- Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini adalah *Media Exposure*, *Sensitivitas Perusahaan* dan *Ukuran Perusahaan* sama sama berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Referensi

- [1] N. S. Hasibuan, F. Fitriasia, and M. Wulan, “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Growth dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility,” *STATERA J. Akunt. dan Keuang.*, vol. 2, no. 2, pp. 167–180, 2020, doi: 10.33510/statera.2020.2.2.167-180.
- [2] 2017 Hasnia, “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas , Growth Dan Media Exposure,” *J. Akunt. Keuang. Drh.*, vol. 12, no. 1, pp. 56–71, 2017.
- [3] 2018 Ketut Yoga Permdiswara, “E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Pengaruh Profitabilitas , Ukuran Perusahaan , Kepemilikan Manajemen dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia email : ypermadiswa@gmail.com / Telp : 083119945897 Fakultas Ekonomi,” vol. 25, pp. 690–716, 2018.
- [4] N. A. Oktaviandita and W. S. Yuliandhari, “Pengaruh profitabilitas, feminisme dewan, dan media exposure terhadap pengungkapan corporate social responsibility (studi pada perusahaan yang terdaftar dalam indeks kompas 100 Tahun 2015-2020),” *E-Proceeding Manag.*, vol. 9, no. 3, pp. 1395–1403, 2022, [Online]. Available: <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/18060/17689>
- [5] H. Widiastuti, E. R. Utami, and R. Handoko, “PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, TIPE INDUSTRI, GROWTH, DAN MEDIA EXPOSURE TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2015),” *Ris. Akunt. dan Keuang. Indones.*, vol. 3, no. 2, pp. 107–117, 2018, doi: 10.23917/reaksi.v3i2.6745.
- [6] V. A. Tiono, H. Wijaya, and P. D. Merida, “Pengaruh Slack Resources, Media Exposure Dan Sensitivitas Industri Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR),” *J. Ilm. Mhs.*, vol. 11, no. 1, pp. 48–57, 2022, doi: 10.33508/jima.v11i1.3977.
- [7] K. T. Kustina and T. A. Hasanah, “Social Responsibility Di Perusahaan Manufaktur Yang,” *Krisna*, vol. 12, no. 1, pp. 190–196, 2020.

Referensi

- [8] Apriyanti Aslika and Yuliandhari Willy Sri, “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Sales Growth Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan Indeks LQ 45 Non-Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016),” *e-Proceeding Manag.*, vol. 5, no. 2, pp. 2433–2440, 2018.
- [9] T. S. I. Sari, W. S. Yuliandari, and A. Nurbaiti, “(Studi Empiris Pada Perusahaan Non Keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang telah mengikuti Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER) tahun 2014-2016),” pp. 127–136, 2017.
- [10] N. Qomariah, N. N. P. Martini, and H. Paramu, “Dampak Tata Kelola Perusahaan, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dan Intellectual Capital Terhadap Profitabilitas Perusahaan,” *J. Sains Manaj. dan Bisnis Indones.*, vol. 8, no. 1, pp. 47–61, 2018, doi: 10.32528/smbi.v8i1.1766.
- [11] M. R. Sholihin, Y. Aulia, K. Institusi, D. K. Independen, and K. Audit, “1) 2) 3),” vol. 2, no. September, pp. 110–130, 2018.
- [12] S. W. dan R. N. 2021 Yulianisa Alvina, “INDEPENDEN TERHADAP PENGUNGKAPAN COORPORATE SOCIAL (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019),” vol. 1, no. 2, pp. 45–61, 2021.
- [13] F. Julekhah and E. Rahmawati, ““The Influence of Media Exposure, Industry Sensitivity, Foreign Ownership, Public Ownership and Profitability on Environmental Disclosure and The Impact on Firm Value,”” *Reviu Akunt. dan Bisnis Indones.*, vol. 3, no. 1, pp. 50–66, 2019.
- [14] E. Mahanani and M. Wanialisa, “Determinan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) Pada Perusahaan Manufaktur Industri Barang Konsumsi di BEI 2014-2018,” *J. STEI Ekon.*, vol. 30, no. 1, pp. 60–73, 2021, doi: 10.36406/jemi.v30i01.388.
- [15] Y. Yunina and N. Eftiana, “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris Dan Sensitivitas Industri Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Lq-45 Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2014-2016,” *J. Akunt. dan Keuang.*, vol. 5, no. 2, p. 119, 2017, doi: 10.29103/jak.v5i2.1819.
- [16] Ghozali, I. 2016. Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23.

