



**PENGARUH KEPEMILIKAN SAHAM PUBLIK,
PROFITABILITAS DAN PENGUNGKAPAN MEDIA
TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB
SOSIAL PADA PERUSAHAAN *PROPERTY* DAN *REAL
ESTATE* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA TAHUN 2011-2013**

SKRIPSI

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Universitas Negeri Semarang

Oleh
Puji Rahayu
NIM 7211411041

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2015**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 19 Maret 2019

Mengetahui,



Ketua Jurusan Akuntansi
Drs. Fachruzzie, M.Si
NIP. 196206231989011001

Pembimbing

Indah Anisykurlillah, S.E., M.Si., Akt., CA
NIP. 197508212000122001

PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas
Ekonomi Universitas Negeri Semarang pada :

Hari : *Senin*
Tanggal : *6 April 2019*

Penguji I



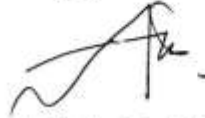
Amir Mahmud, S.Pd., M.Si.
NIP. 197212151998021001

Penguji II



Agung Yulianto, S.Pd., M.Si.
NIP. 197407072003121002

Penguji III




Indah Anisykurlillah, S.E.,M.Si.,Akt.,CA
NIP. 197508212000122001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi




D. Wahyuno, M.M.
NIP. 195601031983121001

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya orang lain baik sebagian maupun seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 19 Maret 2015



Puji Rahayu
NIM 7211411041

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

- ❖ Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain (Q.S. Al Insyirah ayat 6-7)
- ❖ Sesungguhnya Allah SWT tidak akan merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri (Q.S. Ar-Ra'ad ayat 11)

PERSEMBAHAN :

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

- ❖ Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Teguh Santoso dan Ibu Paryati yang selalu memberikan kasih sayang, semangat, doa dan dukungan.
- ❖ Kakakku Wahyu Kurniawan dan Ririn Prahastanti tercinta yang memberikan semangat dan doa.
- ❖ Teman-temanku tercinta Defy, Nani, Ria, Nia, Hesti, Riski, Gilang dan Luqman terima kasih atas dukungan.
- ❖ Teman-teman Kos Rimut.
- ❖ Teman-teman Akuntansi A, S1 Angkatan 2011.
- ❖ Almamaterku Universitas Negeri Semarang.

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, serta dukungan dan doa dari keluarga dan orang-orang terkasih, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepemilikan Saham Publik, Profitabilitas dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013 ”. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini penulis memperoleh bantuan, saran, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan rasa hormat penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum, Rektor Universitas Negeri Semarang.
2. Dr. Wahyono, M.M, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
3. Drs. Fachrurrozi, M.Si, Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
4. Indah Anisykurlillah, S.E., M.Si., Akt.,CA, selaku dosen pembimbing yang telah berkenan memberikan bimbingan, pengarahan, dukungan, dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Amir Mahmud, S.Pd., M.Si, selaku dosen penguji skripsi I yang telah memberikan masukan, sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.

6. Agung Yulianto, S.Pd., M.Si, selaku dosen penguji skripsi II yang telah membimbing dan memberi masukan, sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
7. Drs. Kusmuriyanto, M.Si, selaku dosen wali Akuntansi A 2011 yang telah berkenan memberikan bimbingan, dukungan, dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan selama penulis menimba ilmu di Universitas Negeri Semarang.
9. Seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah membantu dalam proses perkuliahan.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Dalam menyusun skripsi ini, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Penulis

SARI

Rahayu, Puji. 2015. “Pengaruh Kepemilikan Saham Publik, Profitabilitas dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan *Property* dan *Real Estate* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013. Skripsi. Jurusan Akuntansi. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang.

Pembimbing : Indah Anisykurlillah, S.E.,M,Si.,Akt.,CA

Kata Kunci : Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial, Kepemilikan Saham Publik, Profitabilitas, Pengungkapan Media

Perkembangan dalam industri *property* dan *real estate* ini banyak menimbulkan pro dan kontra dikalangan masyarakat terutama masyarakat yang terimbas dampak langsung dari industri tersebut. Pengungkapan tanggung jawab sosial sangatlah penting untuk sebuah entitas usaha yang wajib melakukan adaptasi kultural dengan lingkungan sosialnya. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti secara empiris pengaruh kepemilikan saham publik, profitabilitas dan pengungkapan media terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2013 berjumlah 46 perusahaan. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* yang menghasilkan 78 sampel selama tahun 2011-2013. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diambil melalui teknik dokumentasi yang terdiri dari *annual report* perusahaan *property* dan *real estate* tahun 2011-2013. Metode analisis data penelitian ini yaitu analisis regresi berganda.

Berdasarkan analisis regresi linier berganda dan uji t menunjukkan bahwa kepemilikan saham publik berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Profitabilitas dan pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Simpulan dari penelitian ini yakni kepemilikan saham publik berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial terbukti mampu meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial. Saran bagi peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan objek perusahaan selain *property* dan *real estate* untuk mengetahui perbandingan tentang pengungkapan CSR. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan media lainnya selain *website* perusahaan dan menambah variabel independen yang memiliki pengaruh kuat terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial untuk variasi hasil penelitian.

ABSTRACT

Rahayu, Puji. 2015. "The Influence of Public Shareholding, Profitability and Media Disclosures toward Social Responsibility Disclosure in the Property and Real Estate Company Listed on *Bursa Efek Indonesia* in the years of 2011-2013. A Final Project. Accounting Department, Economics Faculty, Semarang State University.

Advisor : Indah Anisykurlillah, S.E.,M,Si.,Akt.,CA

Keywords : Social Responsibility Disclosure, Public Shareholding, Profitability, Media Disclosure

Nowdays the development in industrial property and real estate cause a lot of pros and cons among society especially for those who suffered from the direct impact of the industry. The disclosure of social responsibility is very important for a business entity which is required to execute a cultural adaptation with its social environment. This research is aimed at obtaining the empirical evidence about the influence of public shareholding, profitability and media disclosure toward social responsibility disclosure.

The population in this research is the property and real estate companies listed on Indonesia Stock Exchange in the years of 2011-2013 the amount 46 company's. The sampling technique used in this research was purposive sampling technique which produced 78 samples during 2011-2013. The data used were the secondary data collected through documentation consisting of annual report of the property and real estate companies in 2011-2013. The method used for analyzing the data was multiple regression analysis.

Based on result of multiple linear regression and t-test, this research proves that public shareholding positive influent the social responsibility disclosure. Profitability and media disclosure have not effect against the disclosure of social responsibility.

The research concludes that public shareholding positive influent the social responsibility disclosure proved to be able to improve the disclosure of social responsibility. The suggestion for further researchers are supposed use another company object rather than property and real estate to know the comparison of CSR disclosure. The next research can use another media rather than company's website and add the independent variables which has a strong influence for social responsibility disclosure.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN KELULUSAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
SARI	viii
ABSTRACK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Kajian Teori.....	12

2.1.1. Teori <i>Stakeholder</i>	12
2.1.2. Teori Legitimasi	14
2.2. Tanggung Jawab Sosial (CSR).....	16
2.3. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	19
2.4. Kepemilikan Saham Publik	21
2.5. Profitabilitas	23
2.6. Pengungkapan Media	25
2.7. Kelebihan <i>Web</i> Sebagai Media Komunikasi CSR	26
2.8. Penelitian Terdahulu.....	27
2.9. Kerangka Berpikir	30
2.9.1. Pengaruh Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	31
2.9.2. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.....	34
2.9.3. Pengaruh Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.....	37
2.10. Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1. Jenis dan Desain Penelitian.....	41
3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	41
3.3. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	42
3.3.1. Variabel Dependen	43

3.3.2. Variabel Independen.....	44
3.3.2.1. Kepemilikan Saham Publik	44
3.3.2.2. Profitabilitas	44
3.3.2.3. Pengungkapan Media	45
3.4. Metode Pengumpulan Data	45
3.5. Metode Analisis Data	45
3.5.1. Analisis Statistik Deskriptif.....	46
3.5.2. Analisis Statistik Inferensial.....	47
3.5.3. Uji Asumsi Klasik	48
3.5.3.1. Uji Normalitas.....	48
3.5.3.2. Uji Multikolinieritas.....	48
3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas	49
3.5.3.4. Uji Glejser	49
3.5.4. Analisis Regresi Linier Berganda	50
3.5.5. Uji Hipotesis.....	50
3.5.5.1. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)	51
3.5.5.2. Koefisien Determinasi	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1. Hasil Penelitian	54
4.1.1. Analisis Statistik Deskriptif.....	54
4.1.2. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	56
4.1.2.1. Uji Normalitas	56

4.1.2.2. Uji Multikolinieritas	57
4.1.2.3. Uji Heteroskedastisitas	58
4.1.2.4. Uji Glejser.....	58
4.1.3. Uji Regresi Linier Berganda.....	59
4.1.4. Uji Statistik t.....	60
4.1.5. Koefisien Determinasi	62
4.2. Pembahasan	62
4.2.1. Pengaruh Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.....	63
4.2.2. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.....	64
4.2.3. Pengaruh Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.....	66
BAB V PENUTUP.....	68
5.1. Simpulan.....	68
5.2. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Hasil Penelitian Terdahulu Tentang CSR	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Proses Pemilihan Sampel Penelitian	42
Tabel 4.1 Hasil Analisis Deskriptif.....	54
Tabel 4.2 Hasil Frekuensi Pengungkapan Media.....	55
Tabel 4.3 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov Sample Test.....	56
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas.....	57
Tabel 4.5 Hasil Uji Glejser	58
Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
Tabel 4.7 Keputusan Hipotesis Secara Parsial	61
Tabel 4.8 Hasil Koefisien Determinasi	62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	40
Gambar 4.1 Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas	58

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Daftar Perusahaan yang Dijadikan Sampel	77
Lampiran 2 <i>Checklist Item</i> Pengungkapan Informasi CSR.....	78
Lampiran 3 Data Penelitian Variabel CSR	81
Lampiran 4 Data Penelitian Variabel Kepemilikan Saham Publik.....	82
Lampiran 5 Data Penelitian Variabel Profitabilitas	83
Lampiran 6 Data Penelitian Variabel Pengungkapan Media	84
Lampiran 7 Data Penelitian secara Keseluruhan	85
Lampiran 8 Hasil Pengolahan Data SPSS 21.....	87
Lampiran 9 Deskripsi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Tahun 2011	
Berdasarkan Indikator GRI oleh Perusahaan Sampel	90
Lampiran 10 Deskripsi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Tahun 2012	
Berdasarkan Indikator GRI oleh Perusahaan Sampel.....	91
Lampiran 11 Deskripsi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Tahun 2013	
Berdasarkan Indikator GRI oleh Perusahaan Sampel.....	92

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha pada dekade terakhir ini banyak dipengaruhi oleh adanya perubahan pada keadaan lingkungan ekonomi. Adanya perubahan tersebut memunculkan suatu paradigma baru di dunia usaha yang awalnya *profit oriented only* menjadi berorientasi pada tiga hal yang sering disebut dengan *Triple-P Bottom Line*, yaitu *profit*, *planet*, dan *people*. Artinya, dalam menjalankan kegiatan bisnisnya perusahaan saat ini harus memiliki tanggung jawab sosial tidak hanya mencari laba. Marina (Nur dan Priantinah, 2012) mengungkapkan bahwa tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang semakin bagus (*good corporate governance*) semakin memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya.

Kemungkinan terjadinya masalah sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh aktivitas bisnis perusahaan, maka sudah selayaknya entitas bisnis bersedia untuk menyajikan laporan yang dapat mengungkapkan bagaimana kontribusi pihak tersebut terhadap berbagai permasalahan sosial yang terjadi di sekitarnya. Pemahaman itu memberikan pedoman bahwa korporasi bukan lagi sebagai entitas yang hanya mementingkan dirinya sendiri, melainkan sebuah entitas usaha yang wajib melakukan adaptasi kultural dengan lingkungan sosialnya.

Permasalahan-permasalahan sosial yang dihadapi oleh perusahaan di Indonesia juga terjadi karena lemahnya penegakan peraturan tentang tanggung jawab sosial perusahaan, misalnya tentang aturan ketenagakerjaan, pencemaran lingkungan, perimbangan bagi hasil suatu industri dalam era otonomi daerah, Eka (Nur dan Priantinah, 2012). Karena masih lemahnya penegakan peraturan tentang tanggung jawab sosial tersebut, akibatnya yang terjadi di dalam praktek perusahaan hanya dengan sukarela mengungkapkannya. Pengungkapan yang bersifat sukarela ini tidak disyaratkan oleh standar, tetapi dianjurkan dan akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan yang melakukannya.

Saat ini pusat perhatian perusahaan lebih kepada *stockholders* dan *bondholders*, sedangkan pihak lain sering diabaikan. Banyak masyarakat yang protes atas pencemaran lingkungan akibat limbah atau polusi yang mencemari lingkungan, sehingga menyebabkan hubungan yang tidak harmonis antara perusahaan dengan lingkungan sosialnya. Untuk itu masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya, sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan dan keamanan mengkonsumsi makanan dapat terpenuhi. Oleh karena itu, untuk mendapatkan respon yang baik dari masyarakat perusahaan harus transparan terhadap kegiatan aktivitas sosialnya yang nantinya akan mendapat respon dari masyarakat dan meningkatkan nilai eksistensi terhadap perusahaan. Hal tersebut sesuai dengan teori legitimasi yang menjelaskan bahwa praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan harus

dilaksanakan sebaik mungkin agar nantinya aktivitas dan kinerja perusahaan mendapat respon yang baik dari masyarakat.

Perusahaan yang telah mendapat respon baik dari masyarakat pasti akan mempertahankan eksistensinya. Eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholder*, dimana perusahaan berusaha memenuhi kebutuhan *stakeholder* karena perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat kepada *stakeholder*. Hal tersebut sesuai dengan penjelasan teori *stakeholder* bahwa organisasi dan lingkungan mengakui sifat saling mempengaruhi antara keduanya yang kompleks dan dinamis.

Adapun penelitian-penelitian sebelumnya yang telah meneliti tentang pengungkapan tanggung jawab sosial dapat dilihat pada Tabel 1.1 :

Tabel 1.1
Hasil Penelitian Terdahulu Tentang Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

No.	Nama Peneliti	Tahun	Objek	Data CSR
1.	Achmad Zaenudin	2007	Manufaktur di BEI	0,2003
2.	Marzully Nur	2012	<i>High Profile</i> di BEI	0,2808
3.	Rizkia Anggita Sari	2012	Manufaktur di BEI	0,2092
4.	Agatha Aprinda K	2013	<i>Go Publik</i> di BEI	0,3026
5.	Yosi Marina	2013	Pertambangan di BEI	0,4297
6.	Sofia Prima Dewi	2013	Manufaktur di BEI	0,2882
7.	Indah Dewi Utami	2010	<i>Property</i> dan <i>Real Estate</i> di BEI	0,1812

Sumber : Berbagai Referensi, 2015

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan data rata-rata pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh berbagai objek perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dari hasil penelitian terdahulu tersebut dapat dilihat bahwa

perusahaan *property* dan *real estate* memiliki nilai rata-rata pengungkapan tanggung jawab sosial paling kecil yaitu 0,1812. Nilai tersebut menunjukkan bahwa perusahaan *property* dan *real estate* belum secara maksimal mencukupi kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh para *stakeholder*, sehingga perusahaan *property* dan *real estate* harus lebih proaktif dalam melaksanakan program tanggung jawab sosial agar program tersebut dapat terealisasi dengan baik dan berdampak pada kehidupan masyarakat di sekitar perusahaan. Berdasarkan hasil tersebut, peneliti bermaksud untuk meneliti kembali dengan objek perusahaan yang sama dengan tujuan apakah terdapat perkembangan kegiatan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan *property* dan *real estate* sekarang dengan penelitian sebelumnya, karena era sekarang banyak perusahaan yang belum dengan sukarela mengungkapkan tanggung jawab sosialnya.

Peneliti memilih objek penelitian perusahaan *property* dan *real estate* karena di Indonesia saat ini kian menjamur dan berkembang dengan pesatnya. Hal ini terbukti dari banyaknya bangunan-bangunan seperti gedung maupun perumahan-perumahan yang bermunculan di area-area strategis sampai ke jalur pedesaan. Munculnya bangunan-bangunan serbaguna tersebut didukung oleh masih banyaknya kebutuhan masyarakat akan tempat tinggal dan minat masyarakat yang menjadikan *property* sebagai salah satu investasi yang menarik dan memberikan banyak keuntungan. Tidak dapat dipungkiri juga, bahwa kegiatan tersebut telah mengurangi jalur hijau dan menggantinya dengan jalur beton serta mengurai daerah resapan air seperti got-got kecil pinggir jalan untuk memperluas jalan raya.

Perkembangan dalam industri *property* dan *real estate* ini banyak menimbulkan pro dan kontra dikalangan masyarakat terutama masyarakat yang terimbas dampak langsung dari industri tersebut. Pertumbuhan industri *property* memang membawa manfaat yaitu menyediakan lapangan kerja bagi pengangguran yang tergolong memiliki *skill* dan pekerja kasar disektor bangunan, namun Syarif (Sriayu dan Mimba, 2013) berpendapat bahwa hal tersebut tidak diimbangi dengan pelestarian di lingkungan sekitar daerah industri. Liputan kegiatan *Green Property Award* Tahun 2010 juga menyatakan bahwa industri *property* dan *real estate* memiliki kontribusi terbesar dalam menyumbang karbon di alam sehingga memperparah pemanasan global yang tengah terjadi saat ini.

Masih rendahnya pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan *property* dan *real estate* disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya yaitu perusahaan belum secara tertib menaati peraturan yang telah dibuat oleh pemerintah mengenai kewajiban perusahaan dalam melaksanakan kegiatan pengungkapan tanggung jawab sosial yang sesuai dengan UU Perseroan Terbatas Pasal 74 yang memuat aturan tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selain itu, semakin berkembangnya industri *property* dan *real estate* sekarang ini membuat perusahaan hanya berorientasi pada manajemen untuk meningkatkan laba saja sehingga, perusahaan sering mengabaikan hal-hal yang mengganggu suksesnya keuangan perusahaan yaitu seperti pengungkapan tanggung jawab sosial. Perusahaan menganggap bahwa kegiatan sosial tersebut membutuhkan biaya yang tidak sedikit.

Namun ketika perusahaan ingin mendapatkan kepercayaan dari publik, perusahaan juga harus membangun image yang baik yang menjadikan masyarakat mendukung keberadaan adanya perusahaan tersebut, yaitu dengan cara melakukan kegiatan tanggung jawab sosial. Sesuai dengan teori legitimasi dan teori stakeholder bahwa pengaruh masyarakat yang luas dapat menentukan alokasi sumber keuangan dan sumber ekonomi lainnya, perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan untuk membenarkan atau meligitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat (Ghozali dan Chariri, 2007:411).

Banyaknya dampak negatif yang ditimbulkan oleh perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar perusahaan, sehingga banyak peneliti yang membuat kajian mengenai *Corporate Social Responsibility* berkembang dengan pesat. Luas pengungkapan tanggung jawab sosial ditentukan oleh sejumlah faktor karakteristik perusahaan, salah satunya adalah kepemilikan saham publik. Semua perusahaan yang *go public* dan telah terdaftar dalam BEI adalah perusahaan yang memiliki proporsi kepemilikan saham oleh publik, yang artinya bahwa semua aktivitas dan keadaan perusahaan harus dilaporkan dan diketahui oleh publik sebagai salah satu bagian pemegang saham. Untuk mendorong kemauan publik berinvestasi pada sebuah perusahaan, perusahaan harus menampilkan keunggulan yang dimiliki terutama aktivitas sosialnya. Putra (Nur dan Priantianh, 2012) berpendapat bahwa semakin besar komposisi saham perusahaan yang dimiliki publik, maka dapat

memicu melakukan pengungkapan secara luas termasuk pengungkapan tanggung jawab sosial.

Tidak semua penelitian berhasil menunjukkan pengaruh antara kepemilikan saham publik dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Gusti Ayu Putu Wiwik Sriayu dan Ni Putu Sri Harta Mimba (2013) menjelaskan bahwa kepemilikan saham publik berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan Marzully Nur dan Denies Priantinah (2012) mengemukakan bahwa kepemilikan saham publik tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Begitu juga dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Muttanachai Suttipun dan Patricia Stanton (2012) menunjukkan hasil yang sama yaitu bahwa kepemilikan saham publik tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini dikarenakan kemungkinan kepemilikan publik pada perusahaan di Indonesia secara umum belum mempedulikan masalah lingkungan dan sosial sebagai isu kritis yang harus secara ekstensif untuk diungkapkan dalam laporan tahunan.

Karakteristik perusahaan lainnya yang dapat menentukan luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah faktor profitabilitas yang dicapai oleh perusahaan. Secara umum, perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang kuat akan mendapatkan tekanan yang lebih dari pihak eksternal perusahaan untuk lebih mengungkapkan pertanggungjawaban sosialnya secara luas. selain itu, profitabilitas mencerminkan suatu pendekatan perusahaan dalam melakukan adaptasi dengan lingkungan yang dinamis dan bersifat multidimensi. Hubungan antara pengungkapan

tanggung jawab sosial perusahaan dan profitabilitas perusahaan telah diyakini mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial yang sama dengan gaya manajerial yang dilakukan pihak manajemen untuk membuat suatu perusahaan memperoleh keuntungan, Bowman dan Haire (Sembiring, 2003).

Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan CSR kepada pemegang saham Gray, *et al.*, (Sembiring, 2005), sehingga dapat dijelaskan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan entitas untuk menghasilkan laba demi meningkatkan nilai pemegang saham. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka perusahaan cenderung melaksanakan dan mengungkapkan program tanggung jawab sosialnya. Hal yang mendasari adalah karena pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan sebuah kegiatan yang memerlukan pembiayaan sehingga jika suatu perusahaan lebih *profitable*, dimungkinkan perusahaan tersebut akan melaksanakan program CSR yang lebih besar. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian Rizkia Anggita Sari (2012) yang menyatakan hasil penelitiannya menunjukkan variabel profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Maria Wijaya (2012) menjelaskan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini didukung argumen bahwa perusahaan hanya berorientasi pada laba, sehingga tidak akan melakukan hal-hal selain yang berkaitan dengan suksesnya keuangan perusahaan.

Selain kedua faktor kepemilikan saham publik dan profitabilitas yang dapat digunakan untuk menentukan luas pengungkapan tanggung jawab sosial, pengungkapan media juga merupakan salah satu cara untuk memastikan pengelolaan lingkungan yang dijalankan benar-benar berlangsung efektif, para pelaku bisnis menyadari perlunya tindakan pengawasan secara internal maupun pengawasan dengan melibatkan pihak independen. Pihak independen tersebut seperti misalnya media massa. Media Massa (*Mass Media*) dalam lingkungan bisnis saat ini memiliki peran yang sangat dominan dalam membentuk opini masyarakat terhadap suatu aktivitas perusahaan. Media menyediakan informasi bagi perusahaan dan dapat pula sebagai alat publikasi dan sosialisasi yang digunakan oleh perusahaan untuk dapat membangun kepercayaan (*image*) publik tentang aktivitas-aktivitas sosial yang dijalankan perusahaan Kholis dan Maksum (Pratiwi dan Chariri, 2013).

Kurnia Putri Pratiwi dan Anis Chariri (2013) menjelaskan bahwa pengungkapan media berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan hasil penelitian Marzully Nur dan Denies Priantinah (2012) pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini dikarenakan media lebih berperan sebagai sarana perusahaan bukan sebagai *exposure media* yang mendorong perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis ingin melakukan penelitian dengan judul :”**Pengaruh Kepemilikan Saham Publik, Profitabilitas dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada**

Perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013”.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka permasalahan pokok penelitian ini adalah :

1. Apakah kepemilikan saham publik berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial?
3. Apakah pengungkapan media berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial?

1.3. Tujuan Penelitian

Dari permasalahan yang dirumuskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji dan menemukan bukti empiris mengenai pengaruh kepemilikan saham publik terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
2. Menguji dan menemukan bukti empiris mengenai pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
3. Menguji dan menemukan bukti empiris mengenai pengaruh pengungkapan media terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berarti dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya pada bidang ilmu akuntansi. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2. Manfaat Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan sehubungan dengan pengungkapan CSR yang telah mereka lakukan selama ini agar menjadikan perusahaan lebih menyadari pentingnya pengungkapan CSR di masa mendatang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Teori

2.1.1. Teori *Stakeholder* (*Stakeholder Theory*)

Hal pertama mengenai teori *stakeholder* adalah bahwa *stakeholder* adalah sistem yang secara eksplisit berbasis pada pandangan tentang suatu organisasi dan lingkungannya, mengakui sifat saling mempengaruhi antara keduanya yang kompleks dan dinamis. *Stakeholder* dan organisasi saling mempengaruhi, hal ini dapat dilihat dari hubungan sosial keduanya yang berbentuk tanggung jawab dan akuntabilitas. Oleh karena itu organisasi memiliki akuntabilitas terhadap para *stakeholder*. Variasi kedua teori *stakeholder* berhubungan dengan pandangan Achmad (Nur dan Priantinah, 2012) mengenai *empirical accountability*. Robert (Nur dan Priantinah, 2012) menyatakan bahwa pengungkapan sosial perusahaan merupakan sarana yang sukses bagi perusahaan untuk menegosiasikan hubungan dengan *stakeholder*.

Teori *stakeholder* mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholder*. Perusahaan berusaha mencari pembenaran dari para *stakeholder* dalam menjalankan operasi perusahaannya. Semakin kuat posisi *stakeholder*, semakin besar pula kecenderungan perusahaan mengadaptasi diri terhadap keinginan para *stakeholder* tersebut, Rawi dan Muchlish (2010). 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). Pada

awalnya, pemegang saham dipandang sebagai satu-satunya *stakeholder* perusahaan Ghozali dan Chariri (2007 : 409). Pandangan ini didasarkan pada argumen yang disampaikan oleh Friedman yang mengatakan bahwa tujuan utama perusahaan adalah untuk memaksimalkan kemakmuran pemiliknya. Namun demikian, Ghozali dan Chariri (2007 : 409) tidak setuju dengan pandangan ini dan memperluas definisi *stakeholder* dengan memasukkan konstituen yang lebih banyak, termasuk kelompok yang dianggap tidak menguntungkan (*adversarial group*). Misalnya, pihak yang memiliki kepentingan tertentu dan regulator.

Atas dasar argumen di atas, teori *stakeholder* secara eksplisit mempertimbangkan dampak harapan dari kelompok *stakeholder* yang berbeda dalam masyarakat atas kebijakan pengungkapan informasi mengenai aktivitas perusahaan. Pengungkapan informasi mengenai aktivitas perusahaan merupakan suatu alat manajemen untuk mengelola kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh berbagai kelompok *stakeholder* yang kuat seperti karyawan perusahaan, pemegang saham, investor, konsumen, regulator, Lembaga Swadaya Masyarakat, dan sebagainya. Cara-cara yang dilakukan perusahaan untuk mengatur para *stakeholder* tergantung pada strategi yang diadopsi perusahaan, Ghozali dan Chariri (2007 : 410).

Perusahaan mungkin mengadopsi strategi yang aktif atau pasif. Perusahaan yang mengadopsi strategi aktif akan berusaha mempengaruhi hubungan organisasinya dengan *stakeholder* yang dipandang berpengaruh atau penting, Ghozali dan Chariri (2007 : 410). Hal ini menunjukkan bahwa *active posture* tidak hanya mengidentifikasi *stakeholder*, tetapi juga menentukan *stakeholder* mana yang

memiliki kemampuan terbesar dalam mempengaruhi alokasi sumber ekonomi ke perusahaan. Sebaliknya, perusahaan dengan *passive posture* cenderung tidak terus-menerus memonitor aktivitas *stakeholder* dan secara sengaja tidak mencari strategi optimal untuk menarik perhatian *stakeholder*. Kurangnya perhatian terhadap *stakeholder* (dalam pendekatan *passive posture*) akan mengakibatkan rendahnya tingkat pengungkapan informasi sosial dan rendahnya kinerja sosial perusahaan, Ghazali dan Chariri (2007 : 410-411).

Dengan melakukan aktivitas dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, maka perusahaan pun berharap akan mampu untuk terus mempertahankan eksistensinya. Karena semakin kuat kekuatan dan tuntutan *stakeholder* pada perusahaan maka perusahaan akan semakin sering berusaha memenuhi keinginan *stakeholder* yang mana salah satu caranya yaitu dengan aktivitas dan pengungkapan tanggung jawab sosial. Berdasarkan pertimbangan lewat uraian di atas, maka penelitian ini menggunakan teori *stakeholder (stakeholder theory)* untuk menjelaskan dan mengembangkan hipotesis-hipotesis yang ada dan yang akan diuji.

2.1.2. Teori Legitimasi (*Legitimasi Theory*)

Penelitian institusi sosial dan masyarakat, ini juga menggunakan teori legitimasi untuk menjelaskan hipotesis-hipotesis yang dikembangkan. Teori legitimasi didasarkan pada pengertian kontrak sosial yang diimplikasikan antara Ahmad dan Sulaiman (Gabriella, 2011). Menurut Gray, *et al.*, (Galuh, 2010) dasar

pemikiran teori ini adalah organisasi atau perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan nilai masyarakat itu sendiri.

Teori legitimasi menjelaskan bahwa praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan harus dilaksanakan sebaik mungkin agar nantinya aktivitas dan kinerja perusahaan mendapat respon yang baik dari masyarakat. Adapun dengan respon positif tersebut akan dapat melahirkan nilai yang baik perusahaan dimata masyarakat dan otomatis dapat meningkatkan pencapaian laba oleh pihak perusahaan. Tentu hal ini akan menjadi keuntungan bagi perusahaan, karena dengan nilai yang sudah terbangun, akan bisa memberikan ketertarikan pada pihak investor untuk mau berinvestasi di perusahaan. Agar informasi aktivitas perusahaan dan pencapaian keuntungan diketahui oleh publik terutama investor, maka informasi tersebut ditulis melalui media yaitu laporan tahunan dan *website* perusahaan.

Ghozali dan Chariri (2007 : 411) menjelaskan bahwa guna melegitimasi aktivitas perusahaan dimata masyarakat, perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan. Melalui penggunaan laporan tahunan, perusahaan menggambarkan kesan tanggung jawab sosialnya sehingga pihak investor dapat meninjau kinerja perusahaan dalam hal tanggung jawab terhadap sosial lingkungan.

Menurut Harsanti (Pratiwi dan Chariri, 2013), teori legitimasi menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan perusahaan dalam upaya untuk mendapatkan legitimasi dimana perusahaan itu berada. Legitimasi ini pada

tahapan berikutnya akan mengamankan perusahaan dari hal-hal yang tidak diinginkan. Lebih jauh lagi, legitimasi itu akan meningkatkan reputasi perusahaan yang pada akhirnya akan berpengaruh pada nilai perusahaan tersebut.

2.2. Tanggung Jawab Sosial (*Corporate Social Responsibility*)

Definisi CSR sangatlah luas dan bervariasi. Pengertian CSR menurut Lord Holme dan Richard Watt, (Nur dan Priantinah, 2012) CSR adalah komitmen berkelanjutan dari perusahaan yang berjalan secara etis dan memiliki kontribusi terhadap pembangunan untuk meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarga mereka dan juga komunitas lokal serta masyarakat luas”.

Sedangkan pengertian CSR menurut Johnson dan Johnson, (Nur dan Priantinah, 2012) menyatakan bahwa : “ *CSR is about how companies manage the business processes to produce an overall positive impact to society* “. Definisi ini pada dasarnya berangkat dari filosofi bagaimana mengelola perusahaan baik sebagian maupun keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungannya. Untuk itu perusahaan harus mampu mengelola operasi bisnisnya dengan menghasilkan produk yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan.

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai suatu tindakan atau gerakan yang bertujuan untuk meningkatkan perekonomian dan kualitas hidup karyawan beserta keluarganya, serta peningkatan kualitas hidup bagi masyarakat yang ada di lingkungan sekitar perusahaan. Aktivitas *Corporate Social Responsibility* yang

dilakukan oleh perusahaan bermanfaat dalam meningkatkan penjualan, meningkatkan citra perusahaan, menunjukkan *brand positioning*, serta meningkatkan daya tarik perusahaan baik di mata investor maupun analis keuangan, Megawati Cheng dan Yulius (Sriayu dan Mimba, 2013).

Konsep CSR pada umumnya menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya terhadap pemiliknya atau pemegang saham saja tetapi juga terhadap para *stakeholders* yang terkait atau terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi para *stakeholder*.

Hal tersebut didukung oleh Chariri dan Ghozali (2007 : 409) yang menyatakan bahwa, “kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut”. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan para *stakeholder*.

Perusahaan harus menjaga hubungan dengan *stakeholder* dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan *stakeholder*, terutama *stakeholder* yang mempunyai *power* terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, misal tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain Chariri dan Ghozali (2007 : 410). Salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder* perusahaan adalah dengan melaksanakan CSR, dengan pelaksanaan CSR diharapkan keinginan dari *stakeholder* dapat terakomodasi

sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholder*. Hubungan yang harmonis akan berakibat pada perusahaan dapat mencapai keberlanjutan atau kelestarian perusahaannya (*sustainability*).

Dauman dan Hargreaves (Hasibuan, 2001) menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan (CSR) dapat dibagi menjadi tiga level sebagai berikut :

1. *Basic responsibility* (BR) Pada level pertama, menghubungkan tanggung jawab yang pertama dari suatu perusahaan yang muncul karena keberadaan perusahaan tersebut seperti; perusahaan harus membayar pajak, memenuhi hukum, memenuhi standar pekerjaan, dan memuaskan pemegang saham. Bila tanggung jawab pada level ini tidak dipenuhi akan menimbulkan dampak yang sangat serius.
2. *Organization responsibility* (OR) Pada level kedua ini menunjukkan tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi perubahan kebutuhan *stakeholder* seperti pekerja, pemegang saham, dan masyarakat di sekitarnya.
3. *Societal responses* (SR) Pada level ketiga, menunjukkan tahapan ketika interaksi antara bisnis dan kekuatan lain dalam masyarakat yang demikian kuat sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan, terlibat dengan apa yang terjadi dalam lingkungannya secara keseluruhan.

2.3. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (*Corporate Social Responsibility Disclosure*)

Association of Chartered Certified Accountants (ACCA) menyatakan bahwa pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability Reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi. *Sustainability report* harus menjadi dokumen strategik yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *sustainability development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya.

Salah satu badan yang aktif mengeluarkan pedoman bagi perusahaan terkait pengungkapan lingkungan hidup adalah *Global Reporting Initiative* (GRI). Dalam Standar GRI Indikator kinerja di bagi menjadi 3 komponen utama, yaitu ekonomi, lingkungan hidup dan sosial yang mencakup hak azasi manusia, praktek ketenagakerjaan dan lingkungan kerja, tanggung jawab produk dan masyarakat.

Peraturan terkait pengungkapan informasi tanggung jawab sosial dan lingkungan di Indonesia diatur dalam peraturan pemerintah pada Undang-Undang No. 40 tahun 2007 Pasal 66 ayat 2c. Lampiran Keputusan Ketua Bapepam Nomor KEP-134/BL/2006 juga mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan informasi terkait tata kelola perusahaan dimana di dalamnya juga termasuk uraian mengenai

aktivitas dan biaya yang dikeluarkan berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan pada laporan tahunan perusahaan. Sedangkan dalam standar akuntansi Indonesia, penyajian informasi lingkungan juga telah dianjurkan dalam PSAK No.1 tahun 2004 tentang Penyajian Laporan Keuangan.

Perusahaan harus melakukan pengungkapan atas praktik CSR agar para *stakeholder* mengetahui bahwa perusahaan tersebut telah melakukan praktik CSR. Pengungkapan praktik CSR yang dilakukan oleh perusahaan menyebabkan perlunya memasukkan unsur sosial dalam pertanggungjawaban perusahaan ke dalam akuntansi. Hal ini mendorong lahirnya suatu konsep yang disebut sebagai *Social Accounting*, *Socio Economic Accounting* ataupun *Social Responsibility Accounting*, Indira dan Dini (Pratiwi, 2012).

Pengungkapan (*disclose*) berarti penyampaian (*release*) informasi. Luhglatno (2007) mendefinisikan pengungkapan (*disclosure*) sebagai penyajian sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal yang efisien. Menurut Henny dan Murtanto, 2001 : 27 (Adolism, 2009) alasan-alasan perusahaan mengungkapkan kinerja sosial secara sukarela antara lain:

- a. Pengambilan keputusan internal (*Internal decision making*) : manajemen membutuhkan informasi untuk menentukan efektivitas dari informasi sosial tertentu dalam mencapai tujuan sosial perusahaan. Data harus tersedia agar biaya dari pengungkapan tersebut dapat diperbandingkan dengan manfaatnya bagi perusahaan. Walaupun hal ini sulit diidentifikasi dan diukur namun analisis secara sederhana lebih baik daripada tidak sama sekali.

- b. Diferensiasi produk (*Product differentiation*) : manajer dari perusahaan yang bertanggungjawab secara sosial memiliki insentif untuk membedakan diri dari pesaing yang tidak bertanggungjawab secara sosial kepada masyarakat.
- c. Pencerahan kepentingan diri sendiri (*Enlightened self interest*) : perusahaan melakukan pengungkapan untuk menjaga keselarasan sosialnya dengan para *stockholder*, kreditor, karyawan, pemasok, pelanggan, pemerintah dan masyarakat karena dapat mempengaruhi pendapatan penjualan dan harga saham perusahaan.

2.4. Kepemilikan Saham Publik

Kepemilikan saham oleh publik maksudnya adalah jumlah saham yang dimiliki oleh publik. Pengertian publik disini adalah pihak individu di luar manajemen dan tidak memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan. Semakin besar proporsi kepemilikan saham publik, semakin banyak pihak yang membutuhkan informasi tentang perusahaan, sehingga banyak pula butir-butir informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan. Selain itu juga semakin besar saham yang dimiliki oleh publik, akan semakin banyak informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan, investor ingin memperoleh informasi seluas-luasnya tentang tempat berinvestasi serta dapat mengawasi kegiatan manajemen, sehingga kepentingan dalam perusahaan terpenuhi, A'inun Na'im dan Fuad Rakhman (Sriayu dan Mimba, 2013).

Kepemilikan saham oleh publik umumnya dapat bertindak sebagai pihak yang memonitor perusahaan. Perusahaan dengan kepemilikan publik yang besar (lebih dari

5%) mengindikasikan kemampuannya untuk memonitor manajemen. Semakin besar kepemilikan publik maka semakin efisien pemanfaatan aktiva perusahaan dan diharapkan juga dapat bertindak sebagai pencegahan terhadap pemborosan yang dilakukan oleh manajemen.

Perusahaan yang sahamnya dimiliki oleh publik akan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih besar daripada perusahaan yang sahamnya tidak dikuasai oleh publik. Perusahaan yang sudah lama berdiri akan memiliki tanggung jawab sosial yang semakin besar, karena semakin tingginya kepercayaan investor dan masyarakat luas. Akibatnya, perusahaan harus memberikan informasi yang seluas-luasnya kepada investor dan masyarakat luas, tidak hanya berupa laporan keuangan tetapi juga berupa pengungkapan tanggung jawab sosial.

Pada lingkungan bisnis masa sekarang, CSR masih bersifat normatif, karena belum ada hukum yang secara resmi memberlakukan CSR sebagai sebuah kewajiban semua perusahaan. Selain itu, konsep yang bervariasi membuat beberapa penginterpretasian akan definisi CSR yang berbeda-beda. *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang juga dikenal sebagai *corporate responsibility*, *corporate citizenship*, *responsible business*, *sustainable responsible business* (SRB), ataupun *corporate social performance* merupakan bentuk dari regulasi perusahaan yang diintegrasikan dalam suatu model bisnis. Secara idealnya, kebijakan CSR akan mempunyai fungsi *built-in*, mekanisme *self-regulating*, pengendalian akan bisnis, dan memastikan kepatuhan akan hukum yang berlaku, standar etik serta norma

internasional. CSR pada lingkungan, pelanggan, pekerja, komunitas, *stakeholders*, dan pemakai lainnya.

CSR akan secara proaktif menaikkan ketertarikan publik dengan mendorong pertumbuhan dan perkembangan komunitas. Pada dasarnya, CSR merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan dalam upaya untuk menaikkan ketertarikan publik dengan memperhatikan tiga garis dasar (*triple bottom line*) : *People, Planet, Profit*. Selama ini belum ada satu teori tunggal yang diterima untuk menjelaskan akuntansi sosial dan lingkungan, sehingga masih banyak terdapat variasi dalam hal perspektif teoritis yang dapat diadopsi, Reverte (Nur dan Priantinah, 2012).

2.5. Profitabilitas

Rasio profitabilitas mengukur kemampuan para eksekutif perusahaan dalam menciptakan tingkat keuntungan baik dalam bentuk laba perusahaan maupun nilai ekonomis atas penjualan, aset bersih perusahaan maupun modal sendiri (*shareholders equity*) Hendra S. Raharjaputra, 2009 : 205 (Sari, 2012). Hubungan kinerja keuangan dengan tanggung jawab sosial perusahaan menurut Belkaoui dan Karpik (Angling, 2010) paling baik diekspresikan dengan profitabilitas, hal itu disebabkan karena pandangan bahwa tanggapan sosial yang diminta dari manajemen sama dengan kemampuan yang diminta untuk membuat suatu perusahaan memperoleh laba. Selain itu tingkat profitabilitas dapat menunjukkan seberapa baik pengelolaan manajemen perusahaan, oleh sebab itu semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka cenderung semakin luas *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Jayanti (2011) mengungkapkan bahwa rasio profitabilitas atau rasio rentabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Keuntungan yang layak dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya. Para manajer tidak hanya mendapatkan dividen, tapi juga akan memperoleh kekuasaan yang lebih besar dalam menentukan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, semakin besar dividen (*dividend payout*) akan semakin menghemat biaya modal, di sisi lain para manajer (*insider*) menjadi meningkat kinerjanya bahkan bisa meningkatkan kepemilikannya akibat penerimaan dividen sebagai hasil keuntungan yang tinggi. Jadi, profitabilitas menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya.

Hubungan antara pengungkapan sosial perusahaan dan profitabilitas perusahaan telah menjadi postulat untuk menggambarkan pandangan bahwa tanggapan sosial memerlukan gaya manajerial yang sama seperti apa yang perlu dilakukan untuk membuat perusahaan menghasilkan laba, Bowman & Haire (Achmad, 2007). Pengungkapan sosial perusahaan dipercaya mencerminkan suatu pendekatan manajemen adaptif yang berhubungan dengan suatu lingkungan yang dinamik, multidimensial, mempunyai kemampuan untuk menghadapi tekanan sosial dan tanggap terhadap kebutuhan sosial.

Kemampuan manajemen seperti dianggap perlu untuk dipertahankan dalam lingkungan perusahaan sekarang ini Cowen. *et al.*, (Nur dan Priantinah, 2012) meskipun demikian Bowman & Haire (Achmad, 2007) menyatakan bahwa

profitabilitas adalah faktor yang memungkinkan manajemen bebas dan fleksibel untuk melakukan dan menyatakan pada pemegang saham program pertanggungjawaban sosial yang ekstensif.

2.6. Pengungkapan Media

Jika perusahaan ingin mendapat kepercayaan dan legitimasi melalui kegiatan CSR, maka perusahaan harus mempunyai kapasitas untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan dan berkomunikasi dengan pemangku kepentingannya secara efektif. Fungsi komunikasi menjadi sangat pokok dalam manajemen CSR. Pengkomunikasian CSR melalui media akan meningkatkan reputasi perusahaan dimata masyarakat. Pada pelaksanaannya, hal inilah yang menjadi bagian pada proses membangun institusi, membentuk norma yang diterima dan legitimasi praktik CSR Nur dan Priantinah, (2012). Penelitian teori legitimasi secara luas menguji peran yang dimainkan oleh berita media pada peningkatan tekanan yang diakibatkan oleh tuntutan publik terhadap perusahaan. Media mempunyai peran penting pada pergerakan mobilisasi sosial, misalnya kelompok yang tertarik pada lingkungan Reverte (Nur dan Priantinah, 2012). Menurut Simon (Reverte, 2008) media adalah sumber daya pada informasi lingkungan.

Perusahaan bisa mengungkapkan aktivitas *corporate social responsibility* melalui berbagai media. Sari (2012) menyatakan bahwa media internet (*web*) merupakan media yang efektif dengan didukung oleh para pemakai internet yang mulai meningkat. Dengan mengkomunikasikan *corporate social responsibility*

melalui media internet, diharapkan masyarakat mengetahui aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

2.7. Kelebihan Web Sebagai Media Komunikasi CSR

Berbagai studi yang dilakukan menunjukkan banyak cara yang dipilih oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan program CSR. Setidaknya ada tiga saluran utama yang dipakai yaitu laporan sosial (*social report*), melalui laman (*web*) perusahaan dan dengan iklan. Keuntungan utama web sebagai media komunikasi adalah bahwa *web* mempunyai dimensi ketepatan waktu (*timely*). Informasi dapat dengan segera tersedia (*real time*). Kemampuan komunikasi masal dan jangkauan global yang dimiliki oleh *web* memungkinkan informasi dapat diakses oleh berbagai pemangku kepentingan. *Web* juga memungkinkan interaksi dua arah dan umpan balik melalui surat elektronik, forum diskusi, dan buletin boards.

Presentasi dengan menggunakan grafik, animasi dan multimedia, organisasi yang efisien melalui tautan (*link dan hyperlink*), dan fasilitas pencarian serta pelacakan (*search and tracking*) sangat memungkinkan dilakukan pada *web*. Semua kelebihan tersebut membantu penyampaian informasi yang harus dikomunikasikan oleh perusahaan kepada pemangku kepentingan.

Adapun penelitian-penelitian yang dijadikan acuan oleh penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 2.1 :

2.8. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1.	Maria Wijaya (2012)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Analisis Regresi Linier Berganda	Dari 5 variabel independen, 4 variabel tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, yaitu Ukuran Dewan Komisaris, Leverage, Profitabilitas, dan Kinerja Lingkungan sedangkan Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
2.	Andreas dan Chrystina Lawer (2013)	Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	Analisis Regresi Linier Berganda	Size perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Leverage perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
3.	Gusti Ayu Putu Wiwik Sriayu dan	Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap <i>Corporate Social</i>	Analisis Regresi Linier	<i>Leverage, size of board of commissioners</i> dan <i>profitability</i> tidak

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
	Ni Putu Sri Harta Mimba (2013)	<i>Responsibility Disclosure</i>	Berganda	berpengaruh signifikan terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> . <i>Company Size, foreign ownership</i> dan <i>public ownership</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i>
5.	Muttanachai Suttipun and Patricia Stanton (2012)	Determinants of Environmental Disclosure in Thai Corporate Annual Reports	Analisis Regresi Linier Berganda	Variabel size berpengaruh secara positif signifikan sedangkan variabel lainnya yaitu jenis industri, status kepemilikan, Negara asal perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan.
6.	Kurnia Putri Pratiwi dan Anis Chariri (2013)	<i>Environmental Incidents</i> , Pemberitaan Media dan Praktik Pengungkapan Lingkungan (<i>Environmental Disclosures</i>) : Studi Pada <i>Sustainability Report Asia Pulp And Paper Co., Ltd.</i>	Analisis Semiotik	Perhatian Media Terhadap Isu Kerusakan Lingkungan APP berpengaruh positif. <i>Environmental Incident</i> berpengaruh positif terhadap pengungkapan lingkungan.
7.	Marzully Nur dan Denies Priantinah (2012)	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> di Indonesia (Studi empiris pada perusahaan berkategori	Analisis Regresi Linier Berganda	Profitabilitas dan kepemilikan saham publik tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
		high profile yang listing di BEI)		CSR. Dewan komisaris dan Leverage pengaruh yang signifikan dan negatif terhadap pengungkapan CSR. Pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
8.	Rizkia Anggita Sari (2012)	Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI	Analisis Regresi Linier Berganda	Tipe industri, leverage dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif terhadap CSRD. Ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSRD
9.	Achmad Zaenuddin (2007)	Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Praktek Pengungkapan Sosial Dan Lingkungan Pada Perusahaan Manufaktur Go Publik	Analisis Regresi Linier Berganda	Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan. Tipe industri berpengaruh positif signifikan dan profitabilitas (ROA) berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan lingkungan dan sosial.
10.	Anti Nurdianti Imani (2013)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. (Suatu Kasus Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI.	Analisis Regresi Linier Berganda	Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Leverage berpengaruh positif terhadap

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
				pengungkapan tanggung jawab sosial.
11.	Maria Rio Rita dan Sartika (2013)	Pengaruh Profitabilitas dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Luas Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Analisis Regresi Linier Berganda	Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Kepemilikan saham publik tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu dalam penelitian ini adanya variabel pengungkapan media yang pada penelitian sebelumnya masih jarang digunakan dalam meneliti pengungkapan tanggung jawab sosial. Peneliti menggunakan variabel pengungkapan media karena kebutuhan informasi semakin penting dan menjadi perhatian perusahaan saat ini, terutama dalam komunikasi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan publik dan pihak yang berkepentingan. Perusahaan tidak hanya dituntut untuk melaksanakan program CSR tetapi juga didorong untuk mengkomunikasikan program CSR secara lebih terbuka.

2.9. Kerangka Berpikir

CSR pada intinya adalah tanggung jawab sosial perusahaan atas tindakan dan kegiatan bisnisnya yang mempunyai pengaruh atas orang-orang tertentu, masyarakat, serta lingkungan di mana perusahaan itu beroperasi. Dalam melakukan kegiatan CSR, perusahaan memiliki beberapa faktor yang menjadi pertimbangan dalam

kegiatan tersebut yaitu kepemilikan saham publik, profitabilitas dan pengungkapan media. Pengungkapan tanggung jawab sosial tersebut memiliki keterkaitan yang erat dengan kepemilikan saham publik, profitabilitas dan pengungkapan media. Keterkaitan yang erat tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

2.9.1. Pengaruh Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan

Tanggung Jawab Sosial

Perusahaan *go public* yang ada di BEI adalah perusahaan-perusahaan yang memiliki proporsi kepemilikan saham oleh publik, yang artinya bahwa semua aktivitas dan keadaan perusahaan harus dilaporkan dan diketahui oleh publik sebagai salah satu bagian pemegang saham. Akan tetapi tingkat kepemilikan sahamnya berbeda-beda satu sama lain. Hasil penelitian Gusti Ayu Putu Wiwik Sriayu dan Ni Putu Sri Harta Mimba (2013) menyatakan bahwa *public ownership* berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Perusahaan yang memiliki *public ownership* yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan dianggap mampu beroperasi dan memberikan deviden yang sesuai kepada masyarakat sehingga cenderung akan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas.

Kepemilikan saham publik adalah proporsi kepemilikan saham yang dimiliki oleh publik atau masyarakat terhadap saham perusahaan. Publik sendiri adalah individu atau institusi yang memiliki kepemilikan saham di bawah 5% yang berada di luar manajemen dan tidak memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan Puspitasari (Putra, 2011). Sementara perusahaan perseroan (PT) yang memiliki saham

perusahaan bersangkutan tidak dimasukkan dalam kategori publik. Pertimbangan ini dilakukan karena dapat menjadikan luas pengungkapan laporan keuangan tidak banyak berpengaruh terhadap keputusan manajemen. Menurut Puspitasari (Putra, 2011) berpendapat bahwa dimungkinkan perusahaan perseroan tersebut memiliki hubungan istimewa.

Informasi keuangan yang disampaikan manajemen, oleh para investor digunakan untuk menganalisis kinerja manajemen dan kondisi perusahaan di masa yang akan datang guna mengurangi risiko investasi. Agar publik mau melakukan investasi pada perusahaan dan percaya terhadap rendahnya risiko investasi, maka perusahaan harus menampilkan keunggulan dan eksistensi perusahaan terhadap publik. Salah satu caranya adalah mengungkapkan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Semakin besar komposisi saham perusahaan yang dimiliki publik, maka dapat memicu perusahaan melakukan pengungkapan secara luas termasuk pengungkapan CSR. Menurut Hadi dan Sabeni (Puspitasari, 2009) juga menyatakan bahwa dengan adanya tekanan dari pemegang saham, maka perusahaan akan lebih memperhatikan tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat.

Fama dan Jensen (Alseed, 2005) berpendapat bahwa kepemilikan publik yang rendah akan menyebabkan konflik berkepentingan antara pemegang saham dengan manajemen. Oleh karena itu, untuk mengurangi potensi *agency cost*, diperlukan pengungkapan yang lebih luas. Wallace dan Nasser (Dewi, 2012), juga berpendapat bahwa semakin banyak kepemilikan saham perusahaan yang dipegang oleh orang luar akan membuat semakin detail item dari informasi dan semakin komprehensif

pengungkapan yang dibuat oleh perusahaan karena semakin banyak orang atau pihak yang ingin mengetahui permasalahan dalam perusahaan tersebut. Putra (Nur dan Priantinah, 2012) berpendapat bahwa perusahaan yang sebagian besar sahamnya dimiliki publik diduga akan melakukan pengungkapan yang lebih besar daripada perusahaan yang sahamnya tidak dimiliki oleh publik. Rahajeng (2006) berpendapat bahwa kepemilikan saham oleh publik umumnya dapat bertindak sebagai pencegahan terhadap pemborosan yang dilakukan oleh manajemen. Oleh karena itu kepemilikan publik akan meminta pengungkapan yang lebih luas.

Berdasarkan pendapat penelitian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang porsi kepemilikan publiknya besar maka semakin banyak tuntutan dari pemegang saham ingin mengetahui mengenai perusahaan tersebut, sehingga semakin banyak informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa kepemilikan saham publik tersebut memiliki peran untuk mempengaruhi perusahaan dalam melakukan pengungkapan aktivitas sosialnya sedangkan perusahaan akan berusaha memenuhi segala kebutuhan para *stakeholder* termasuk kebutuhan informasi pengungkapan kegiatan sosial perusahaan. Selain itu menurut teori legitimasi perusahaan yang memiliki kepemilikan publik yang tinggi pastinya akan lebih memperhatikan pengungkapan tanggung jawab sosial karena perusahaan semakin banyak memegang kepercayaan masyarakat dan masyarakat pastinya akan memperhatikan apakah perusahaan tempatnya berinvestasi melakukan tindakan sosial yang mensejahterakan masyarakat

dan lingkungan sekitar perusahaan. Sehingga kepemilikan publik yang tinggi akan juga meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.9.2. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (profitabilitas) pada tingkat penjualan, asset, dan modal. Ada tiga rasio yang dapat digunakan dalam rasio profitabilitas, yaitu *rasio profit margin*, *return on asset* (ROA) dan *return on equity* (ROE). Profit margin mengukur sejauh mana perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. Profit margin yang tinggi menandakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tinggi pada tingkat penjualan tertentu, atau biaya yang tinggi untuk tingkat penjualan tertentu. Secara umum rasio yang rendah bisa menunjukkan ketidakefisienan manajemen, Mamduh M.Hanafi dan Abdul Halim (2007 : 84). Semakin besar profitabilitas (ROA) perusahaan maka semakin luas *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas. Hal tersebut dikarenakan perusahaan dengan laba yang tinggi akan menjadi sorotan publik, maka perusahaan akan mengeluarkan biaya yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan Rizkia Anggita Sari (2012) yang menyatakan bahwa profitabilitas (ROA) berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Hubungan antara kinerja keuangan suatu perusahaan dalam hal ini profitabilitas, dengan pengungkapan tanggung jawab sosial menurut Belkaoui dan Karpik (Nurkhin, 2009) paling baik diekspresikan dengan pandangan bahwa tanggapan sosial yang diminta dari manajemen sama dengan kemampuan yang diminta untuk membuat suatu perusahaan memperoleh laba. Manajemen yang sadar dan memperhatikan masalah sosial juga akan memajukan kemampuan yang diperlukan untuk menggerakkan kinerja keuangan perusahaan dimana dengan adanya kinerja keuangan yang baik, manajemen tersebut akan ikut serta dalam memajukan lingkungan sosial perusahaan maka, dengan demikian perusahaan akan berusaha semaksimal mungkin untuk meningkatkan kinerja keuangannya sesuai dengan keinginan *stakeholder*.

Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan CSR kepada pemegang saham, Sembiring (2005) sehingga dapat dijelaskan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan entitas untuk menghasilkan laba demi meningkatkan nilai pemegang saham. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka perusahaan cenderung melaksanakan dan mengungkapkan program tanggung jawab sosialnya, Hackston dan Milne (Nurkhin, 2009). Hal yang mendasari pernyataan ini dikarenakan CSR merupakan sebuah kegiatan yang memerlukan pembiayaan sehingga jika suatu perusahaan lebih *profitable*, dimungkinkan perusahaan tersebut akan melaksanakan program CSR yang lebih besar. Hal ini sesuai dengan teori legitimasi yang menyatakan dengan pelaksanaan CSR yang lebih besar, maka akan muncul anggapan

masyarakat bahwa perusahaan tersebut memiliki respon terhadap lingkungan sosial perusahaan. Penelitian Rizki Anggita Sari (2012) menunjukkan hasil adanya hubungan yang signifikan antara profitabilitas dengan luas pengungkapan CSR.

Hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan profitabilitas perusahaan telah menjadi *postulat* untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajer yang sama dengan gaya manajerial yang diperlukan untuk membuat suatu perusahaan memperoleh keuntungan, Brown dan Haire (Kusumadilaga, 2010). Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mencerminkan suatu pendekatan manajemen adaptif dalam menghadapi lingkungan yang dinamis dan multidimensional serta kemampuan untuk mempertemukan tekanan sosial dengan reaksi kebutuhan masyarakat.

Manfaat rasio profitabilitas antara lain mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode, mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang, mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu, mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri, mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri. Dalam penelitian ini profitabilitas diukur dengan *Return On Asset (ROA)*. ROA adalah perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan aktiva untuk mengukur tingkat pengembalian investasi total.

2.9.3. Pengaruh Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan Tanggung

Jawab Sosial

Komunikasi CSR adalah komunikasi yang dirancang dan didistribusikan oleh perusahaan tentang kegiatan CSR perusahaan tersebut. Komunikasi CSR yang dipercaya adalah komunikasi yang informatif dan mendidik, serta terhindar dari pengungkapan yang tidak efektif. Meskipun komunikasi CSR makin dirasakan penting, perusahaan masih harus mencari cara yang paling tepat untuk mengkomunikasikan CSR tersebut. Ada berbagai media yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengungkapkan program CSR. Laporan tahunan (*annual report*) adalah media komunikasi utama perusahaan untuk menyebarkan informasi tentang posisi keuangan perusahaan. Laporan tahunan ini kemudian secara ekstensif juga digunakan untuk mengkomunikasikan informasi lingkungan. Media lain yang semakin populer digunakan adalah laporan CSR atau laporan keberlanjutan (*sustainability report*) yang tersendiri. Studi empiris yang dilakukan CSR Europe menyatakan bahwa ada beberapa cara lain untuk mengkomunikasikan CSR, yaitu laporan sosial (*social report*), laporan tematik (*thematic report*), *codes of conduct*, *web (websites)*, konsultasi pemangku kepentingan, komunikasi internal, pemberian hadiah, *cause-related marketing*, komunikasi pada kemasan produk, intervensi pada media dan TV, dan komunikasi pada pusat penjualan.

Media harus mampu memisahkan dari kepentingan-kepentingan kelompok tertentu yang seringkali ikut bermain dalam kasus lingkungan, kejahatan terhadap lingkungan dapat dilakukan oleh individu maupun korporasi, bahkan kelompok

penguasa. Apabila media massa gagal dalam menjalankan jurnalisme lingkungan, maka hal tersebut menjadi bencana bagi lingkungan itu sendiri. Praktik pelaporan lingkungan oleh media berkembang pada tahun 1980an, ketika insiden lingkungan banyak terjadi di negara-negara barat. Pada saat itu bencana lingkungan dalam skala besar terjadi di berbagai belahan dunia, limbah merkuri di perairan Ontario, hujan asam, rusaknya habitat burung akibat penggunaan pestisida, hingga insiden nuklir di kota Chernobyl, Ukraina yang menyebabkan lebih dari lima juta orang terpapar radiasi zat radioaktif penyebab kanker.

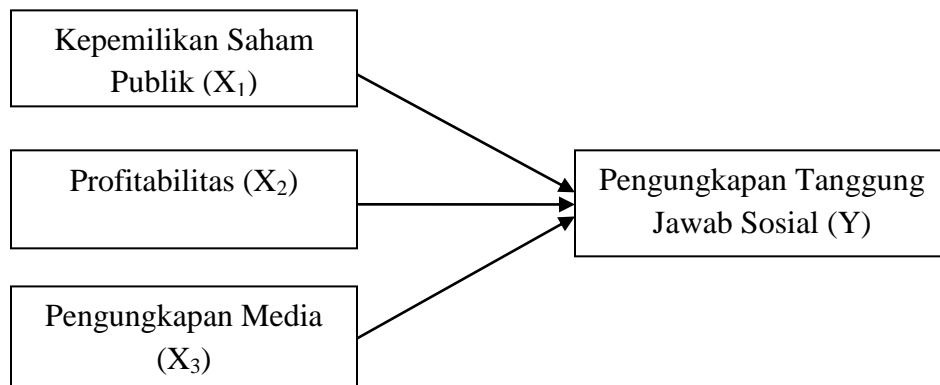
Sejak itu, kesadaran akan pentingnya menyajikan liputan yang dapat menggugah kesadaran terhadap bahaya lingkungan mulai muncul di kalangan media massa. Dalam membuat liputan peristiwa-peristiwa di atas, media dibanjiri informasi dari seluruh aspek yang berkaitan dengan persoalan tersebut, mulai dari aspek sosial, hukum, ekonomi, maupun politik. Akan tetapi, aspek lingkungan yang menjadi akar persoalan justru tidak banyak disentuh karena ketidakmampuan jurnalis memahami persoalan lingkungan secara komprehensif (Pojok Komunika : "Praktik Jurnalisme Lingkungan oleh Harian Jawa Pos").

Pengungkapan media sebagai faktor untuk mengukur keprihatinan masyarakat atau tekanan publik dalam menjelaskan pengungkapan sosial perusahaan, Deegan *et al.*, (Pratiwi dan Chariri, 2013). Perusahaan dapat menanggapi insiden yang mengancam legitimasi dengan menggunakan berbagai penelitian akuntansi melalui pelaporan media. Perhatian media dan penuntutan publik dapat dianggap sebagai *proxy* untuk tekanan publik. Sementara tekanan publik mempengaruhi perilaku

pengungkapan perusahaan dan apa yang disampaikan media merupakan bentuk tekanan publik atau keprihatinan masyarakat. Faktor lain yang sering dianggap sebagai tekanan publik adalah tuntutan lingkungan yang diajukan oleh Negara yaitu pemerintah atau LSM terhadap perusahaan-perusahaan. Selain itu menurut teori *stakeholder*, pengungkapan dalam *website* merupakan wujud integritas perusahaan dalam memenuhi kebutuhan *stakeholder* untuk memberikan informasi tentang segala aktivitas sosialnya. Penelitian Kurnia Putri Pratiwi dan Anis Chariri (2013) menyatakan bahwa pengungkapan media memiliki peran terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Perusahaan bisa mengungkapkan kegiatan-kegiatan CSR perusahaannya dengan berbagai media. Terdapat tiga media yang biasanya dipakai perusahaan dalam pengungkapan CSR perusahaan, yaitu melalui media televisi, koran, serta internet (*web* perusahaan). Dengan demikian secara tidak langsung media juga mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Sari (2012) menyatakan bahwa media internet (*web*) merupakan media yang efektif dengan didukung oleh para pemakai internet yang mulai meningkat. Dengan mengkomunikasikan *corporate social responsibility* melalui media internet, diharapkan masyarakat mengetahui aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Media merupakan pusat perhatian masyarakat luas mengenai sebuah perusahaan, Yao, *et al.*, (2011). Menurut Harmoni (2010), media adalah sumber daya pada informasi lingkungan pengkomunikasian CSR melalui media akan meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat. Media menyediakan informasi bagi perusahaan dan dapat pula sebagai alat publikasi serta

sosialisasi yang digunakan oleh perusahaan. Berdasarkan hasil analisis dalam landasan teori dan penelitian terdahulu yang menguji pengaruh kepemilikan saham publik, profitabilitas dan pengungkapan media terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, maka peneliti membuat model penelitian seperti gambar berikut :



Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

2.10. Hipotesis

Adapun hipotesis dari penelitian ini yang diambil dari kerangka berpikir adalah sebagai berikut :

- H1 : Kepemilikan saham publik berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
- H2 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
- H3 : Pengungkapan media berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Desain Penelitian

Berdasarkan jenis penelitian, penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sekunder dalam bentuk angka-angka dan dapat dinyatakan dalam satuan hitung. Desain penelitian yang digunakan yaitu penelitian kausal komparatif, peneliti dapat mengidentifikasi fakta atau peristiwa tersebut sebagai variabel yang dipengaruhi (variabel dependen) dan melakukan penyelidikan terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi (variabel independen). Penelitian ini menggunakan perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2013 dengan menggunakan data sekunder. Data sekunder tersebut berasal dari laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keuangan perusahaan *property* dan *real estate* yang dipublikasikan di www.idx.co.id serta web perusahaan terkait.

3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan objek penelitian, sedangkan sampel adalah bagian dari populasi yang dijadikan objek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2011-2013. Data yang digunakan dalam penelitian ini periode 2011-2013 karena data ini merupakan data terbaru yang tersedia selama penelitian dilakukan.

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sample dilakukan secara *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut :

1. Perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI selama periode 2011-2013,
2. Perusahaan yang mempublikasikan laporan tahunan konsisten selama periode 2011-2013,
3. Perusahaan sampel melakukan pengungkapan CSR dalam laporan tahunan,
4. Perusahaan mengalami laba bersih berturut-turut selama periode 2011-2013,

Tabel 3.1
Proses Pemilihan Sampel Penelitian

No	Kriteria	Tidak Masuk Kriteria	Σ
1.	Total perusahaan <i>property</i> dan <i>real estate</i> yang terdaftar di BEI selama periode 2011-2013		46
2.	Perusahaan yang mempublikasikan laporan tahunan konsisten selama periode 2011-2013		46
3.	Perusahaan sampel melakukan pengungkapan CSR dalam laporan tahunan	(8)	38
4.	Perusahaan mengalami laba bersih berturut-turut selama periode 2011-2013	(12)	26
5.	Jangka waktu penelitian (tahun)		3
6.	Jumlah sampel penelitian (x 3 tahun)		78

Sumber: Data sekunder diolah tahun 2015

3.3. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel penelitian adalah obyek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah

pengungkapan tanggung jawab sosial. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kepemilikan saham publik, profitabilitas, dan pengungkapan media.

3.3.1. Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial. Instrumen pengukuran CSRI yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada instrumen yang digunakan oleh Sembiring (2005), yang mengelompokkan informasi CSR ke dalam kategori : lingkungan, energi, tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum. Total *item* CSR berkisar antara 63 sampai dengan 78, tergantung dari jenis industri perusahaan. *Checklist CSR Disclosures items* dapat dilihat pada Lampiran 2.

Pendekatan untuk menghitung CSRI pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap *item* CSR dalam instrument penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan, Haniffa, *et al.*, (Sayekti dan Wondabio, 2007). Selanjutnya, skor dari setiap *item* dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan CSRI adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

$CSRI_j$ = *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

n_j = jumlah *item* untuk perusahaan j , $n_j \leq 78$ *item*

X_{ij} = *dummy variable* : 1 = jika *item* i diungkapkan; 0 jika *item* tidak diungkapkan

3.3.2. Variabel Independen

Variabel independen yang dipakai dalam penelitian ini difokuskan menjadi 3 variabel yaitu :

3.3.2.1. Kepemilikan Saham Publik

Kepemilikan Saham Publik (KP) dapat dilihat dalam laporan tahunan perusahaan. Besarnya saham publik atau masyarakat diukur melalui rasio dari jumlah kepemilikan lembar saham yang dimiliki publik terhadap total saham perusahaan di Indonesia. Semakin besar saham yang dimiliki oleh publik, akan semakin banyak informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan, investor ingin memperoleh informasi seluas-luasnya tentang tempat berinvestasi. Rasio kepemilikan saham publik :

$$KSP = \frac{\text{Jumlah kepemilikan lembar saham publik}}{\text{Total lembar saham perusahaan}} \times 100\%$$

3.3.2.2. Profitabilitas

Profitabilitas perusahaan diukur dengan *Return On Assets* (ROA). *Return On Assets* (ROA) merupakan ukuran efektivitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. Keuntungan tersebut

yang digunakan sebagai biaya pengungkapan tanggung jawab sosial oleh perusahaan.

Untuk mengukur *Return On Assets* (ROA) menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{ROA} = \frac{\text{laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

3.3.2.3. Pengungkapan Media

Untuk mengukur pengungkapan media dilakukan dengan variabel *dummy*, yaitu dengan memberikan nilai 1 untuk perusahaan yang mengungkapkan kegiatan CSR di *website* perusahaan dan 0 untuk perusahaan yang tidak mengungkapkan kegiatan CSR di *website* perusahaan.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi dokumentasi, dengan mendapatkan data berupa laporan tahunan dan website yang dikeluarkan oleh perusahaan *property* dan *real estate* pada tahun 2011-2013. Data tersebut diperoleh melalui situs yang dimiliki oleh BEI, yakni www.idx.co.id dan *website* masing-masing perusahaan *property* dan *real estate*.

3.5. Metode Analisis Data

Dalam upaya mengolah data serta menarik kesimpulan maka peneliti menggunakan program SPSS version 21.00 *for windows*. Penyelesaian penelitian ini dengan menggunakan teknik analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif dilakukan

dengan cara menganalisis suatu permasalahan yang diwujudkan dengan kuantitatif (angka). Dalam penelitian ini, analisis kuantitatif dilakukan dengan cara mengkuantifikasi data-data penelitian sehingga menghasilkan informasi yang dibutuhkan dalam analisis.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda (*analysis multiple regression*). Alasan penggunaan alat analisis regresi berganda (*analysis multiple regression*) adalah karena memiliki lebih dari satu variabel bebas. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh Kepemilikan Saham Publik (X_1), Profitabilitas (X_2) dan Pengungkapan Media (X_3) terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Y) serta untuk mengetahui secara simultan mengenai pengaruh Kepemilikan Saham Publik (X_1), Profitabilitas (X_2) dan Pengungkapan Media (X_3) terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Y).

3.5.1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif untuk memberikan deskripsi suatu data yang dilihat dari rata-rata (*mean*), standar deviasi (*standard deviation*), dan maksimum-minimum. *Mean* digunakan untuk memperkirakan besar rata-rata populasi yang diperkirakan dari sampel. Standar deviasi digunakan untuk menilai dispersi rata-rata dari sampel. Maksimum-minimum digunakan untuk melihat nilai maksimum dan minimum dari sampel.

Hal ini perlu dilakukan untuk melihat gambaran dari variabel kepemilikan saham publik. Besarnya saham publik atau masyarakat diukur melalui rasio dari kepemilikan lembar saham yang dimiliki publik terhadap total saham perusahaan di Indonesia. Selanjutnya yaitu profitabilitas perusahaan diukur dengan *Return On Assets* (ROA). Besarnya *Return On Assets* (ROA) diukur dengan membagi laba bersih setelah pajak dengan total aktiva. Dilain sisi pada variabel pengungkapan media karena merupakan variabel *dummy*, maka dihitung menggunakan frekuensi.

3.5.2. Analisis Statistik Inferensial

Analisis statistik inferensial digunakan untuk pengujian hipotesis yang dilakukan. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda (*analysis multiple regression*). Ghozali (2012 : 96) menjelaskan bahwa analisis regresi berganda digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dan juga digunakan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Pengujian regresi berganda dapat dilakukan setelah model dari penelitian ini memenuhi syarat-syarat lolos dari asumsi klasik. Syarat-syarat tersebut harus terdistribusi secara normal, tidak mengandung multikolinearitas, autokorelasi dan heteroskedastisitas. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolinearitas, uji normalitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas sebelum melakukan pengujian hipotesis. Selain itu, perlu dilakukan analisis statistik deskriptif untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai suatu data.

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan benar-benar bebas dari adanya gejala yang dapat mengganggu ketepatan hasil analisis. Syarat-syarat tersebut harus terdistribusi secara normal, tidak mengandung multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik terdiri dari :

3.5.3.1. Uji Normalitas

Ghozali (2012 : 164) menjelaskan bahwa salah satu cara menguji normalitas data dapat digunakan uji statistik non parametrik One – Sample Kolmogorov – Smirnov (K – S). Nilai signifikansi Uji K-S dimana nilai lebih besar daripada 0,05. Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis :

H₀ : Data residual berdistribusi normal

H_A: Data residual tidak berdistribusi normal

3.5.3.2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Multikoleniaritas dapat dilihat dari *tolerance* dan *variance inflation faktor* (VIF). Ghozali (2012 :106) mengatakan bahwa untuk menunjukkan adanya multikoleniaritas dalam nilai $tolerance \leq 0,10$ atau sama dengan $VIF \geq 10$.

3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2012 : 139) mengatakan bahwa uji hetetokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Heteroskedastisitas dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan uji scatterplot. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residualnya (SRESID) dimana sumbu y adalah y yang di prediksi dan sumbu x adalah residualnya. Jika ada pola tertentu seperti titik – titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.5.3.4. Uji Glejser

Uji glejser juga digunakan untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dalam model regresi. Uji Glejser dilakukan dengan regresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika nilai probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5% atau 0,05 maka dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas (Gujarati, 2003).

3.5.4. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian terhadap hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda (*analysis multiple regression*). Analisis regresi berganda (*analysis multiple regression*) digunakan untuk menjelaskan pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung antara variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini analisis regresi berganda (*analysis multiple regression*) digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kepemilikan saham publik, profitabilitas dan pengungkapan media terhadap indeks praktik pengungkapan tanggung jawab sosial suatu perusahaan. Model persamaan regresi dapat dituliskan sebagai berikut :

$$CSRI = a + b_1KP + b_2Prof + b_3PM + e$$

Dimana :

CSRI : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index*

a : Konstanta

b : Koefisien Regresi Model

KP : Kepemilikan Saham Publik

Prof : Profitabilitas

PM : Pengungkapan Media

e : *error term model* (variabel residual)

3.5.5. Uji Hipotesis

Ghozali (2011) menjelaskan untuk mengetahui kebenaran prediksi dan pengujian regresi yang dilakukan, maka perlu mencari nilai koefisien determinasi

(adjusted R^2). Sedangkan pengujian untuk mendukung hipotesis adalah dengan uji t yaitu seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.

3.5.5.1. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2012 : 98). Pengambilan keputusan pada uji statistik t dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikannya pada taraf kepercayaan 0,05. Jika nilai signifikannya lebih dari 0,05 maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, sedangkan jika nilai signifikannya kurang dari 0,05 maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.5.5.2. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) menurut Ghozali (2012 : 97) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 akan meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu penelitian ini menggunakan Adjusted R^2 .

Dengan menggunakan nilai Adjusted R^2 , dapat dievaluasi model regresi mana yang terbaik. Tidak seperti nilai R^2 , nilai Adjusted R^2 dapat naik maupun turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model. Dalam kenyataan, nilai Adjusted R^2 dapat bernilai negatif walaupun yang dikehendaki harus bernilai positif. Jika dalam uji empiris didapatkan nilai Adjusted R^2 negatif, maka nilai Adjusted R^2 dianggap bernilai nol, Ghazali (2012 : 97-98).

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara simultan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial sebagai variabel dependen dapat dilihat dari besarnya koefisien determinasi yang disesuaikan (R^2). Dimana R^2 menjelaskan seberapa besar variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel dependen dan R menjelaskan seberapa besar keeratan hubungan independen terhadap dependen, sebagai berikut:

Adjusted R Square fungsinya menjelaskan apakah sampel penelitian mampu mencari jawaban yang dibutuhkan dari populasinya. Kisaran nilai Adjusted R Square adalah 0 hingga 1. Pedoman interpretasi atas nilai Adjusted R Square adalah sebagai berikut: kalikan Adjusted R^2 dengan 100% maka akan diperoleh berapa % variansi

tiap sampel pada variabel terikat bisa diprediksi oleh variabel-variabel bebas secara bersama-sama (simultan).

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara parsial kepemilikan saham publik berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Perusahaan yang kepemilikan saham publiknya tinggi menunjukkan bahwa perusahaan dianggap mampu beroperasi dan memberikan deviden yang sesuai kepada masyarakat sehingga cenderung akan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas.
2. Secara parsial profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Pengungkapan lingkungan yang lebih banyak lebih ditujukan terhadap perusahaan dengan ukuran besar, bukan kepada perusahaan dengan profitabilitas tinggi. Pengungkapan sosial perusahaan justru memberikan kerugian kompetitif (*competitive disadvantage*) karena perusahaan harus mengeluarkan tambahan biaya untuk mengungkapkan informasi sosial tersebut.
3. Secara parsial pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Media lebih berperan sebagai sarana perusahaan bukan sebagai *exposure media* yang mendorong perusahaan melakukan pengungkapan CSR.

5.2. Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian, maka direkomendasikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Penelitian ini menggunakan perusahaan *property* dan *real estate*. Saran untuk penelitian selanjutnya bisa menggunakan objek perusahaan selain *property* dan *real estate* untuk mengetahui perbandingan tentang pengungkapan CSR.
2. Penelitian ini menggunakan data langsung yang diambil dari laporan keuangan perusahaan dengan hasil penelitian hanya kepemilikan saham publik yang berpengaruh terhadap CSR. Saran untuk penelitian selanjutnya dapat membandingkan hasil data yang dihitung sendiri dari data keuangan yang tersedia dalam laporan keuangan menggunakan rumus yang berkaitan, seperti rumus *Return On Assets* dan kepemilikan saham publik.
3. Penelitian ini menggunakan pengungkapan media dengan *website* perusahaan yang hasilnya tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Saran untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan media lainnya selain *website* seperti *newspaper* untuk variasi hasil penelitian.
4. Diketahui dalam penelitian ini nilai adjusted R^2 sebesar 0,015 atau 1,5% yaitu CSR dipengaruhi oleh kepemilikan saham publik, profitabilitas dan pengungkapan media. Saran untuk penelitian selanjutnya dengan menambah variabel independen seperti ukuran perusahaan, leverage dan kinerja keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- ACCA. *Environmental, social and sustainability reporting on the world wide web. A Guide to best practice*. The Certified Accountants Educational Trust, London, 2001.
- Achmad Zaenuddin. (2007). *Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Praktek Pengungkapan Sosial Dan Lingkungan Pada Perusahaan Manufaktur Go Publik*. Tesis. Universitas Diponegoro.
- Adolism. (2009). “*Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kepemilikan Konstitusional*”. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ahmad Nurkhin. (2009). *Corporate Governance, Profitabilitas, Pengaruhnya Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*. Jurnal Magister Akuntansi. Universitas Diponegoro.
- Ainun Na'im dan Fuad Rakhman. 2000. *Analisis Hubungan Antara Kelengkapan Pengungkapan Laporan Keuangan dengan Struktur Modal dan Tipe Kepemilikan Perusahaan*. Jurnal Riset Akuntansi Indonesia, 15, BPFE UGM, Yogyakarta.
- Andreas, dan Lawer, Crystina. 2013. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Tanggung Jawab Sosial*.
- Angling Mahatma Pian KS. (2010). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Regulasi Pemerintah Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Laporan Tahunan di Indonesia*. Skripsi. Universitas Diponegoro.
- Ati Harmoni. (2010). *Media Richness Theory Dan Potensi Website Sebagai Media Komunikasi Csr Oleh Perusahaan*. Jurnal Ekonomi Bisnis, Nomor I Vol 15, 9-17. April 2010.
- Barako, Dulacha G, (2007), *Determinants of Voluntary Disclosures in Kenyan Companies Annual Reports*, African Journal of Business Management, Vol. 1(5), p.113-128.

- Belkaoui, A. dan Karpik, P.G. (1989). “*Determinants Of The Corporate Decision To Disclose Social Information*”. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 2 No. 2
- Cowen, S., Ferreri, L.D., dan L.D. Parker (1987), “*The Impact of Corporate Characteristics on Social Responsibility Disclosure : A Typology and Frequency-Based Analysis*”, *Accounting, Organization and Society*, Vol. 12, No. 2, pp. 111-122.
- Deegan, Craig. 2002. “*Introduction : The Legitimising Effect of Social and Environmental Disclosures – A Theoretical Foundation.*” *Accounting, Auditing, and Accountability Journal*, Vol. 15, No. 3, Hal.282-311.
- Devina, Florence, 2004.“*Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Go Publik Di Bursa Efek Jakarta.*” *Jurnal Maksi*. Vol.4, Agustus 2004.
- Eka Nanda Putra. (2011). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr)*. Skripsi Universitas Diponegoro.
- Fama , E.F.,and Jenen, M.C, 1983. *Separation of Ownweship and Control*, *Journal of Lawand Economics* 26, 301-324.
- GBC Indonesia, (2010), *Kesadaran tentang Pentingnya Penerapan Konsep Bangunan Hijau dalam Sektor Properti di Indonesia (Liputan terhadap Kegiatan Green Property Awards 2010)*, Jakarta.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis multivariate dengan Program IBM SPSS 21*.Semarang : Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam dan Anis Chariri, 2007. *Teori Akuntansi*. Badan Penerbit Undip: Semarang.
- Hackson, D and Milne, M.J.2006. Some determinant of social and environmental disclosure in New Zealand companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 9 (1) 77-108.
- Handayani, Erida Gabriella. 2011. *Pengaruh Struktur Kepemilikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufacturing Secondary Sectors Yang Listning di BEI tahun 2009)*”.Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

- Handayani, Fitri. 2011. “*Hubungan antara Karakteristik Corporate Governance dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.*” Skripsi, Program S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro Semarang.
- Haniffa, R.M., dan T.E. Cooke (2005), “The Impact of Culture and Governance on Corporate Social Reporting”, *Journal of Accounting and Public Policy* 24, pp. 391-430.
- Hasibuan, M. R. 2001. “*Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap pengungkapan Sosial (Social Disclosure) Dalam Laporan Tahunan 76 Emiten di BEJ dan BES*”.
- Hendra S. Raharjaputra. (2009). *Manajemen Keuangan dan Akuntansi untuk Eksekutif Perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- <http://sistem+manajemen+lingkungan+ISO+14001#q=+sistem+manajemen+lingkungan+ISO+1400>. Diakses tanggal 14 Desember 2014.
- Imani, Anty Nudianti. 2013. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar Di BEI tahun 2010-2011*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Januarti, Indira dan Apriyanti, Dini, 2005. *Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan, Jurnal MAKSI*. Vol 5 No.2 Agustus :227-243.
- Keputusan Ketua Bapepam dan LK No.Kep-134/BL/2003
- Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal (BAPEPAM) dan Lembaga Keuangan No.KEP-06/BL/2006 tanggal 31 Juli 2006 tentang Kewajiban Penyampaian Laporan Berkala Oleh Perusahaan Efek.
- Kholis, Azizul dan Maksum, 2003. “*Analisis Tentang Pentingnya Tanggung Jawab dan Akuntansi Sosial Perusahaan*”, *Media Riset-Akuntansi Auditing dan Informasi*, Vol. 3, No. 2, hal. 4. Jakarta.
- Kusumadilaga, Rimba. 2010. *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.

- Laporan Keuangan Perusahaan Property dan Real Estate 2011-2013. www.idx.co.id. (Desember 2014).
- Luciana Spica Almilia. (2008). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Sukarela Internet Financial And Sustainability Reporting*. Jaai Volume 12 No. 2, Desember: 117 – 131.
- Luhglatno.(2007). *Akuntansi Sosial Bentuk Kepedulian Perusahaan terhadap Lingkungan*. Fokus Ekonomi, Vol.2 No.2, 1-16.
- Mamduh, M. Hanafi dan Halim, Abdul. 2000. *Analisis Laporan Keuangan*. UPP AMP YKPN.Yogyakarta.
- Marina, A. 2009. “*Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial Dalam Praktik di Perusahaan Go Public di Indonesia*”, Skripsi UMS, Surakarta
- Megawati Cheng dan Yulius Logi Christiawan. 2011. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Abnormal Return*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 13(3), Mei 2011, h: 24-36.
- Nor Hadi.(2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nugroho, Firmansyah FA. 2011. *Analisis Hubungan antara Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Karakteristik Tata Kelola Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Di Indonesia*. Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.
- Nur, Marzully., dan Priantinah, Denies. 2012. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Berkategori High Profile Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia)*. Jurnal Nominal, Volume I, Nomor I, Tahun 2012.
- Pratiwi, Kurnia Putri., dan Chariri, Anis. 2013. *Environmental Incidents, Pemberitaan Media Dan Praktik Pengungkapan Lingkungan (Environmental Disclosures) : Studi Pada Sustainability Report Asia Pulp And Paper Co., Ltd*. Diponegoro Journal Of Accounting. Volume 2, Nomor 3, Tahun 2013, Halaman 1-12, ISSN (Online): 2337-3806.
- Purnasiwi, Jayanti. 2011. *Analisis Pengaruh Size, Profitabilitas, dan Leverage terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang.

- Puspitasari, Apriani Daning. 2009. “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Laporan Tahunan Perusahaan di Indonesia*”. Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.
- Rahajeng, R. G. (2006). *Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) dalam Laporan Tahunan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia)*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Rahajeng, Rahmi Galuh, 2010. *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) Dalam Laporan Tahunan Perusahaan. Skripsi Akuntansi*. UNDIP
- Rawi dan M. Muchlish. 2008. “*Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusi, Leverage dan Corporate Social Responsibility*”. *Simposium Nasional Akuntansi XIII*. Purwokerto.
- Reverte, C. (2008). *Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings by Spanish Listed Firms*. *Journal of Business Ethics* (2009) 88:351–366 DOI 10.1007/s10551-008-9968-9.
- Reverte, C. (2009). *Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings by Spanish Listed Firms*. *Journal of Business Ethics*, 88, 351-366.
- Rio, Rita Maria., dan Sartika. 2013. *Pengaruh Profitabilitas dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Kristen Satya Wacana.
- Roberts, R.W. 1992. “*Determinants Of Corporate Social Responsibility Disclosure: An Application Of Stakeholder Theory*”. *Accounting, Organisations and Society*. Vol. 17 No. 6. pp. 595-612.
- Sari, Rizkia Anggita. 2012. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. *Jurnal Nominal*, 1(1), h: 124-140.
- Sayekti, Yosefa., dan Ludovicus Sensi Wondabio. 2007. “*Pengaruh CSR Disclosure Terhadap Earning Response Coefficient*”. *Simposium Nasional Akuntansi X*. Makassar.

- Sembiring, Eddy Rismanda. 2003. “*Kinerja Keuangan, Political Visibility, Ketergantungan Pada Hutang, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*”. Simposium Nasional Akuntansi VI. Surabaya.
- Sembiring, E. R. (2005). *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial : Study pada perusahaan yang terdaftar di bursa efek jakarta. SNA*, 1-17.
- Sriayu, Gusti Ayu Putu Wiwik., dan Nimba, Ni Putu Sri Harta. 2013. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure*. ISSN: 2302-8556 , E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 5.2 (2013) : 326-344.
- Sulaiman, Wahid. 2004. *Analisis Regresi Menggunakan SPSS, Contoh Kasus dan Pemecahannya*. Yogyakarta: Andi.
- Suttipun, Muttanachai. 2012. *Determinants of Environmental Disclosure in Thai Corporate Annual Reports*. International Journal of Accounting and Financial Reporting ISSN 2162-3082, Vol. 2, No. 1.
- Syarif, Nasrilhaq. 2013. Banjir : Efek Kelalaian Manusia. <http://m.kompasiana.com/post/iklim/2013/01/11/banjir-efekkelalaianmanusia/>. Diakses tanggal 14 Desember 2014.
- Ullmann, A.A., 1985, *Data in Search of a Theory: A Critical Examination of the Relationship's among Social Performance, Social Disclosure and Economic Performance of US Firms*. Academy of Management Review, Vol. 10, No. 3, pp. 540-557
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- WBCSD. “*Corporate Social Responsibility : Meeting Changing Expectations*”. <http://www.wbcd.org/DocRoot/hbdf19Txhmk3kDxBQDWW/CSRmeeting.pdf> diakses tanggal 14 Desember 2014.
- Wijaya, Maria. 2013. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi, Vol 1 No 1 Januari 2012.
- Yao, S., Wang, J., & Song, L. (2011). *Determinants of Social Responsibility Disclosure by Chinese Firms*. Nottingham: The University of Nottingham.

LAMPIRAN

Lampiran 1

DAFTAR PERUSAHAAN YANG DIJADIKAN SAMPEL

NO	KODE	NAMA PERUSAHAAN
1	APLN	PT AGUNG PODOMORO LAND TBK
2	ASRI	PT ALAM SUTERA REALTY TBK
3	BCIP	PT BUMI CITRA PERMAI TBK
4	BKSL	PT SENTUL CITY TBK
5	COWL	PT COWELL DEVELOPMENT TBK
6	CTRA	PT CIPUTRA DEVELOPMENT TBK
7	CTRP	PT CIPUTRA PROPERTY TBK
8	CTRS	PT CIPUTRA SURYA TBK
9	DART	PT DUTA ANGGADA REALTY TBK
10	DILD	PT INTILAND DEVELOPMENT TBK
11	DUTI	PT DUTA PERTIWI TBK
12	EMDE	PT MEGAPOLITAN DEVELOPMENT TBK
13	GMTD	PT GOWA MAKASSAR TOURISM DEVELOPMENT TBK
14	GPRA	PT PERDANA GAPURAPRIMA TBK
15	GWSA	PT GREENWOOD SEJAHTERA TBK
16	JRPT	PT JAYA REAL PROPERTY TBK
17	KIJA	PT KAWASAN INDUSTRI JABABEKA TBK
18	KPIG	PT GLOBAL LAND AND DEVELOPMENT TBK
19	LPCK	PT LIPPO CIKARANG TBK
20	LPKR	PT LIPPO KARAWACI TBK
21	MDLN	PT MODERNLAND REALTY TBK
22	MTLA	PT METROPOLITAN LAND TBK
23	PLIN	PT PLAZA INDONESIA REALTY TBK
24	PUDP	PT PUDJIADI PRESTIGE TBK
25	PWON	PT PAKUWON JATI TBK
27	SCBD	PT SUDIRMAN CENTRAL BUSINESS DISTRICT TBK

Lampiran 2

Checklist Item Pengungkapan Informasi CSR

KATEGORI (Total 78)
LINGKUNGAN
1. Pengendalian polusi kegiatan operasi; pengeluaran riset & pengembangan untuk pengurangan polusi
2. Pernyataan yang menunjukkan bahwa operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi
3. Pernyataan yg menunjukkan bahwa polusi operasi telah atau akan dikurangi
4. Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengolahan sumber alam, misalnya, reklamasi daratan atau reboisasi
5. Konservasi sumber alam, misalnya mendaur ulang kaca, besi , minyak, air dan kertas
6. Penggunaan material daur ulang
7. Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan yang dibuat perusahaan
8. Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan
9. Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan
10. Kontribusi dalam pemugaran bangunan sejarah
11. Pengolahan limbah
12. Mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan perusahaan
13. Perlindungan lingkungan hidup
ENERGI
1. Menggunakan energi secara lebih efisien dalam kegiatan operasi
2. Memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi
3. Penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang
4. Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi
5. Peningkatan efisiensi energi dari produk
6. Riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi dari produk
7. Kebijakan energi perusahaan
KESEHATAN DAN KESELAMATAN TENAGA KERJA
1. Mengurangi polusi, iritasi, atau risik dalam lingkungan kerja
2. Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental
3. Statistik kecelakaan kerja
4. Mentaati peraturan standar kesehatan dan keselamatan kerja
5. Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja

6. Menetapkan suatu komite keselamatan kerja
7. Melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja
8. Pelayanan kesehatan tenaga kerja
LAIN-LAIN TENAGA KERJA
1. Perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita/orang cacat
2. Persentase/jumlah tenaga kerja wanita/orang cacat dalam tingkat managerial
3. Tujuan penggunaan tenaga kerja wanita/orang cacat dalam pekerjaan
4. Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/orang cacat
5. Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja
6. Memberi bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan
7. Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja
8. Bantuan atau bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau yang telah membuat kesalahan
9. Perencanaan kepemilikan rumah karyawan
10. Fasilitas untuk aktivitas rekreasi
11. Presentase gaji untuk pensiun
12. Kebijakan penggajian dalam perusahaan
13. Jumlah tenaga kerja dalam perusahaan
14. Tingkatan managerial yang ada
15. Disposisi staff – dimana staff ditempatkan
16. Jumlah staff, masa kerja dan kelompok usia mereka
17. Statistik tenaga kerja, misal: penjualan per tenaga kerja
18. Kualifikasi tenaga kerja yang direkrut
19. Rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja
20. Rencana pembagian keuntungan lain
21. Informasi hubungan manajemen dengan tenaga kerja dlm meningkatkan kepuasan & motivasi kerja
22. Informasi stabilitas pekerjaan tenaga kerja & masa depan perusahaan
23. Laporan tenaga kerja yg terpisah
24. Hubungan perusahaan dgn serikat buruh
25. Gangguan dan aksi tenaga kerja
26. Informasi bagaimana aksi tenaga kerja dinegosiasikan
27. Kondisi kerja secara umum
28. Re-organisasi perusahaan yang mempengaruhi tenaga kerja
29. Statistik perputaran tenaga kerja
PRODUK
1. Pengembangan produk perusahaan, termasuk pengemasannya
2. Gambaran pengeluaran riset dan pengembangan produk
3. Informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk
4. Produk memenuhi standar keselamatan

5. Membuat produk lebih aman untuk konsumen
6. Melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan
7. Peningkatan kebersihan/kesehatan dalam pengolahan dan penyiapan produk
8. Informasi atas keselamatan produk perusahaan
9. Informasi mutu produk yg dicerminkan dalam penerimaan penghargaan
10. Informasi yg dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat (misalnya ISO 9000)
KETERLIBATAN MASYARAKAT
1. Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan & seni
2. Tenaga kerja paruh waktu dari mahasiswa/pelajar
3. Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat
4. Membantu riset medis
5. Sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar atau pameran seni
6. Membiayai program beasiswa
7. Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat
8. Sponsor kampanye nasional
9. Mendukung pengembangan industri lokal
UMUM
1. Tujuan/kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat
2. Informasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebutkan di atas

Lampiran 3

DAFTAR CSR PERUSAHAAN

NO	KODE	CSR		
		2011	2012	2013
1	APLN	0.50	0.47	0.44
2	ASRI	0.13	0.13	0.37
3	BCIP	0.27	0.23	0.27
4	BKSL	0.40	0.37	0.38
5	COWL	0.38	0.40	0.40
6	CTRA	0.28	0.28	0.33
7	CTRP	0.26	0.32	0.33
8	CTRS	0.29	0.32	0.28
9	DART	0.21	0.21	0.22
10	DILD	0.26	0.26	0.23
11	DUTI	0.12	0.18	0.15
12	EMDE	0.19	0.19	0.13
13	GMTD	0.17	0.17	0.18
14	GPRA	0.18	0.13	0.17
15	GWSA	0.21	0.22	0.21
16	JRPT	0.40	0.41	0.41
17	KIJA	0.31	0.31	0.32
18	KPIG	0.36	0.38	0.31
19	LPCK	0.24	0.23	0.36
20	LPKR	0.26	0.27	0.27
21	MDLN	0.10	0.27	0.15
22	MTLA	0.18	0.32	0.32
23	PLIN	0.15	0.17	0.21
24	PUDP	0.19	0.19	0.19
25	PWON	0.13	0.19	0.19
26	SCBD	0.09	0.11	0.13

Lampiran 4

DAFTAR KEPEMILIKAN SAHAM PUBLIK PERUSAHAAN

NO	KODE	KP		
		2011	2012	2013
1	APLN	29.86	32.96	32.95
2	ASRI	47.38	44.53	48.00
3	BCIP	41.38	33.65	47.57
4	BKSL	70.40	51.65	58.42
5	COWL	33.93	5.26	6.68
6	CTRA	61.29	61.00	61.44
7	CTRP	42.07	42.07	41.96
8	CTRS	37.34	37.34	37.34
9	DART	12.27	10.34	10.34
10	DILD	50.41	57.86	57.86
11	DUTI	14.69	11.44	11.44
12	EMDE	33.22	20.28	17.93
13	GMTD	35.00	35.00	35.00
14	GPRA	11.00	10.61	9.65
15	GWSA	20.51	14.72	20.47
16	JRPT	20.88	20.88	19.98
17	KIJA	76.54	82.47	80.03
18	KPIG	51.55	52.97	16.60
19	LPCK	57.80	57.80	57.80
20	LPKR	82.12	82.12	82.12
21	MDLN	43.79	58.85	63.09
22	MTLA	10.16	10.99	10.86
23	PLIN	23.21	11.16	10.93
24	PUDP	28.55	28.55	28.55
25	PWON	15.23	29.61	47.79
26	SCBD	17.59	17.59	17.59

Lampiran 5

DAFTAR PROFITABILITAS PERUSAHAAN

NO	KODE	PROF		
		2011	2012	2013
1	APLN	6.30	5.50	4.70
2	ASRI	10.00	11.00	6.00
3	BCIP	1.01	2.78	7.60
4	BKSL	2.56	3.59	5.67
5	COWL	8.63	3.92	2.50
6	CTRA	2.80	3.90	4.90
7	CTRP	4.00	5.00	6.00
8	CTRS	4.70	6.20	6.90
9	DART	1.60	4.20	3.80
10	DILD	2.72	3.08	4.75
11	DUTI	6.70	8.00	8.80
12	EMDE	1.34	1.16	5.95
13	GMTD	10.00	7.00	7.00
14	GPRA	3.63	4.30	7.99
15	GWSA	11.80	20.93	7.06
16	JRPT	8.48	8.55	8.88
17	KIJA	5.80	5.40	1.20
18	KPIG	2.34	4.02	3.78
19	LPCK	12.62	14.37	15.32
20	LPKR	4.00	4.00	4.00
21	MDLN	3.82	10.93	25.41
22	MTLA	9.05	10.10	8.51
23	PLIN	1.96	5.94	0.81
24	PUDP	6.17	5.85	7.20
25	PWON	6.00	9.90	12.20
26	SCBD	2.09	2.09	31.61

Lampiran 6

DAFTAR PENGUNGKAPAN MEDIA

NO	KODE	PM		
		2011	2011	2013
1	APLN	1	1	1
2	ASRI	1	1	1
3	BCIP	0	1	0
4	BKSL	0	1	1
5	COWL	0	0	0
6	CTRA	1	1	1
7	CTRP	0	1	1
8	CTRS	1	1	1
9	DART	0	0	1
10	DILD	0	1	1
11	DUTI	0	0	1
12	EMDE	0	1	1
13	GMTD	1	1	0
14	GPRA	0	0	0
15	GWSA	1	1	1
16	JRPT	0	1	1
17	KIJA	1	1	1
18	KPIG	1	0	1
19	LPCK	1	1	1
20	LPKR	1	1	1
21	MDLN	1	1	1
22	MTLA	1	1	1
23	PLIN	0	1	1
24	PUDP	1	1	1
25	PWON	1	0	0
26	SCBD	1	1	1

Lampiran 7

DAFTAR DATA PENELITIAN

NO	KODE	CSR			KP			PROF			PM		
		2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2011	2013
1	APLN	0.50	0.47	0.44	29.86	32.96	32.95	6.30	5.50	4.70	1	1	1
2	ASRI	0.13	0.13	0.37	47.38	44.53	48.00	10.00	11.00	6.00	1	1	1
3	BCIP	0.27	0.23	0.27	41.38	33.65	47.57	1.01	2.78	7.60	0	1	0
4	BKSL	0.40	0.37	0.38	70.40	51.65	58.42	2.56	3.59	5.67	0	1	1
5	COWL	0.38	0.40	0.40	33.93	5.26	6.68	8.63	3.92	2.50	0	0	0
6	CTRA	0.28	0.28	0.33	61.29	61.00	61.44	2.80	3.90	4.90	1	1	1
7	CTRP	0.26	0.32	0.33	42.07	42.07	41.96	4.00	5.00	6.00	0	1	1
8	CTRS	0.29	0.32	0.28	37.34	37.34	37.34	4.70	6.20	6.90	1	1	1
9	DART	0.21	0.21	0.22	12.27	10.34	10.34	1.60	4.20	3.80	0	0	1
10	DILD	0.26	0.26	0.23	50.41	57.86	57.86	2.72	3.08	4.75	0	1	1
11	DUTI	0.12	0.18	0.15	14.69	11.44	11.44	6.70	8.00	8.80	0	0	1
12	EMDE	0.19	0.19	0.13	33.22	20.28	17.93	1.34	1.16	5.95	0	1	1
13	GMTD	0.17	0.17	0.18	35.00	35.00	35.00	10.00	7.00	7.00	1	1	0
14	GPRA	0.18	0.13	0.17	11.00	10.61	9.65	3.63	4.30	7.99	0	0	0
15	GWSA	0.21	0.22	0.21	20.51	14.72	20.47	11.80	20.93	7.06	1	1	1
16	JRPT	0.40	0.41	0.41	20.88	20.88	19.98	8.48	8.55	8.88	0	1	1
17	KIJA	0.31	0.31	0.32	76.54	82.47	80.03	5.80	5.40	1.20	1	1	1
18	KPIG	0.36	0.38	0.31	51.55	52.97	16.60	2.34	4.02	3.78	1	0	1
19	LPCK	0.24	0.23	0.36	57.80	57.8	57.80	12.62	14.37	15.32	1	1	1

NO	KODE	CSR			KP			PROF			PM		
		2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2011	2013
20	LPKR	0.26	0.27	0.27	82.12	82.12	82.12	4.00	4.00	4.00	1	1	1
21	MDLN	0.10	0.27	0.15	43.79	58.85	63.09	3.82	10.93	25.41	1	1	1
22	MTLA	0.18	0.32	0.32	10.16	10.99	10.86	9.05	10.10	8.51	1	1	1
23	PLIN	0.15	0.17	0.21	23.21	11.16	10.93	1.96	5.94	0.81	0	1	1
24	PUDP	0.19	0.19	0.19	28.55	28.55	28.55	6.17	5.85	7.20	1	1	1
25	PWON	0.13	0.19	0.19	15.23	29.61	47.79	6.00	9.90	12.20	1	0	0
26	SCBD	0.09	0.11	0.13	17.59	17.59	17.59	2.09	2.09	31.61	1	1	1

Keterangan : CSR = Corporate Social Responsibility; KP = Kepemilikan Saham Publik; PROF = Profitabilitas (ROA);

PM = Pengungkapan Media

Lampiran 8

HASIL PENGOLAHAN DATA

Hasil Analisis Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KP	78	5,26	82,47	36,1828	21,66289
PROF	78	,81	31,61	6,6714	5,10498
CSR	78	,09	,50	,2556	,09715
Valid N (listwise)	78				

Hasil Frekuensi Pengungkapan Media

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
,00	22	28,2	28,2	28,2
Valid 1,00	56	71,8	71,8	100,0
Total	78	100,0	100,0	

Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		78
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,09253583
	Absolute	,141
Most Extreme Differences	Positive	,141
	Negative	-,066
Kolmogorov-Smirnov Z		1,249
Asymp. Sig. (2-tailed)		,088

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lanjutan

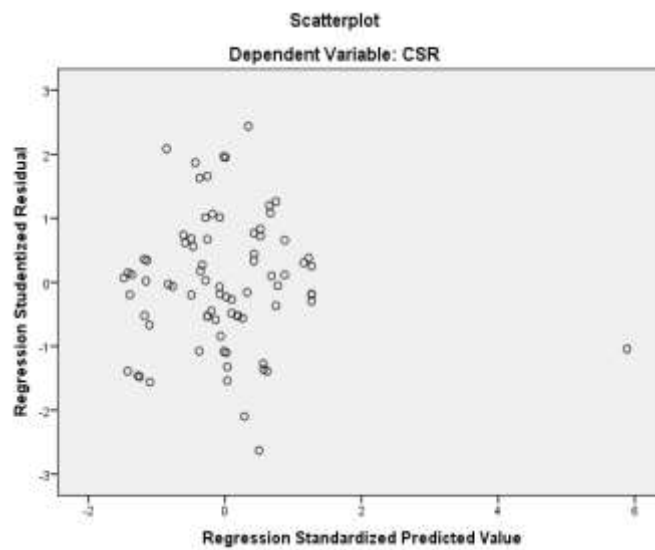
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	,235	,028		8,473	,000		
	KP	,001	,001	,253	2,214	,030	,939	1,065
	PROF	-,003	,002	-,159	-1,408	,163	,959	1,042
	PM	,001	,025	,001	,008	,993	,909	1,100

a. Dependent Variable: CSR

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Lanjutan

Hasil Uji Glejser

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15,778	3,937		4,008	,000
	PM	,795	1,504	,065	,529	,598
	PROF	-,001	,001	-,100	-,873	,386
	LNKP	-1,028	,523	-,238	-1,967	,053

a. Dependent Variable: ABSRS3

Hasil Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,235	,028		8,473	,000
	KP	,001	,001	,253	2,214	,030
	PROF	-,003	,002	-,159	-1,408	,163
	PM	,001	,025	,001	,008	,993

a. Dependent Variable: CSR

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,232 ^a	,054	,015	9,63976

a. Predictors: (Constant), PROF, LNKP, PM

Lampiran 9

Deskripsi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Tahun 2011
Berdasarkan Indikator GRI oleh Perusahaan Sampel

No	Kode	Jumlah Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial								
		Skor	Jumlah	L	E	KKK	LL	P	KM	U
1	APLN	0.50	39	0.15	0.09	0.01	0.12	0.05	0.05	0.03
2	ASRI	0.13	10	0.06	0	0.01	0	0	0.03	0.03
3	BCIP	0.28	21	0.08	0	0.03	0.1	0	0.04	0.03
4	BKSL	0.40	31	0.14	0.01	0.03	0.09	0.04	0.06	0.03
5	COWL	0.40	31	0.15	0.01	0.03	0.08	0.04	0.06	0.03
6	CTRA	0.28	22	0.1	0.05	0.01	0.05	0	0.04	0.03
7	CTRP	0.24	20	0.06	0.01	0.01	0.09	0.01	0.03	0.03
8	CTRS	0.30	23	0.13	0	0.01	0.04	0.03	0.06	0.03
9	DART	0.21	16	0.08	0	0.01	0.05	0	0.04	0.03
10	DILD	0.26	20	0.09	0	0	0.08	0.01	0.05	0.03
11	DUTI	0.12	9	0.01	0	0	0.05	0	0.03	0.03
12	EMDE	0.19	15	0.04	0	0	0.06	0.01	0.05	0.03
13	GMTD	0.17	13	0.01	0	0	0.09	0	0.04	0.03
14	GPRA	0.18	14	0.06	0	0	0.03	0	0.06	0.03
15	GWSA	0.17	16	0.05	0	0.03	0.01	0.01	0.04	0.03
16	JRPT	0.39	31	0.15	0.06	0.01	0.08	0.01	0.05	0.03
17	KIJA	0.31	24	0.12	0	0	0.1	0.01	0.05	0.03
18	KPIG	0.37	28	0.12	0.04	0.05	0.08	0	0.05	0.03
19	LPCK	0.25	19	0.13	0	0	0.04	0	0.05	0.03
20	LPKR	0.26	20	0.14	0	0	0.04	0	0.05	0.03
21	MDLN	0.11	8	0.03	0	0	0.01	0	0.04	0.03
22	MTLA	0.18	14	0	0	0	0.08	0.01	0.06	0.03
23	PLIN	0.15	12	0	0	0	0.05	0.01	0.06	0.03
24	PUDP	0.19	15	0.06	0	0	0.05	0	0.05	0.03
25	PWON	0.13	10	0.01	0	0	0.04	0	0.05	0.03
26	SCBD	0.09	7	0	0	0	0.01	0	0.05	0.03

Keterangan : L = Lingkungan , E = Energi, KKK = Kesehatan Dan Keselamatan
Tenaga Kerja, LL = Lain-lain tentang Tenaga Kerja, P = Produk,
KM = Keterlibatan Masyarakat, U = Umum

Deskripsi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Tahun 2012
Berdasarkan Indikator GRI oleh Perusahaan Sampel

NO	KODE	Jumlah Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial								
		Skor	Jumlah	L	E	KKK	LL	P	KM	U
1	APLN	0.47	37	0.15	0.09	0.01	0.11	0.03	0.05	0.03
2	ASRI	0.13	10	0.06	0	0.01	0	0	0.03	0.03
3	BCIP	0.23	18	0.08	0	0.01	0.08	0	0.03	0.03
4	BKSL	0.37	29	0.14	0.01	0.03	0.07	0.04	0.05	0.03
5	COWL	0.40	31	0.15	0.01	0.03	0.08	0.04	0.06	0.03
6	CTRA	0.28	22	0.1	0.05	0.01	0.05	0	0.04	0.03
7	CTRP	0.32	25	0.13	0.05	0.03	0.01	0.01	0.06	0.03
8	CTRS	0.32	25	0.13	0.03	0.01	0.03	0.03	0.06	0.03
9	DART	0.21	16	0.08	0	0.01	0.05	0	0.04	0.03
10	DILD	0.26	20	0.09	0	0	0.08	0.01	0.05	0.03
11	DUTI	0.18	14	0.01	0	0	0.1	0	0.04	0.03
12	EMDE	0.19	15	0.04	0	0	0.06	0.01	0.05	0.03
13	GMTD	0.17	13	0.01	0	0	0.09	0	0.04	0.03
14	GPRA	0.13	10	0.04	0	0	0.03	0	0.03	0.03
15	GWSA	0.22	17	0.08	0	0.01	0.05	0	0.05	0.03
16	JRPT	0.40	32	0.15	0.06	0.01	0.09	0.01	0.05	0.03
17	KIJA	0.31	24	0.12	0	0	0.1	0.01	0.05	0.03
18	KPIG	0.38	30	0.14	0.04	0.06	0.06	0	0.05	0.03
19	LPCK	0.24	18	0.12	0	0	0.04	0	0.05	0.03
20	LPKR	0.27	21	0.13	0	0	0.05	0	0.06	0.03
21	MDLN	0.27	21	0.1	0	0	0.06	0.01	0.07	0.03
22	MTLA	0.32	25	0.13	0	0	0.06	0.03	0.07	0.03
23	PLIN	0.17	13	0	0	0	0.05	0.03	0.06	0.03
24	PUDP	0.19	15	0.06	0	0	0.05	0	0.05	0.03
25	PWON	0.19	15	0.06	0	0	0.05	0	0.05	0.03
26	SCBD	0.12	9	0.03	0	0	0	0	0.06	0.03

Keterangan : L = Lingkungan , E = Energi, KKK = Kesehatan Dan Keselamatan
Tenaga Kerja, LL = Lain-lain tentang Tenaga Kerja, P = Produk,
KM = Keterlibatan Masyarakat, U = Umum.

Deskripsi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Tahun 2013
Berdasarkan Indikator GRI oleh Perusahaan Sampel

NO	KODE	Jumlah Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial								
		Skor	Jumlah	L	E	KKK	LL	P	KM	U
1	APLN	0.44	34	0.13	0.08	0.01	0.1	0.04	0.05	0.03
2	ASRI	0.37	29	0.14	0.02	0.04	0.08	0.02	0.04	0.03
3	BCIP	0.27	21	0.09	0	0.03	0.1	0	0.02	0.03
4	BKSL	0.39	30	0.14	0.01	0.03	0.08	0.04	0.06	0.03
5	COWL	0.40	31	0.15	0.01	0.03	0.08	0.04	0.06	0.03
6	CTRA	0.33	26	0.1	0.06	0.01	0.1	0	0.03	0.03
7	CTRP	0.33	26	0.14	0.05	0.04	0	0.02	0.05	0.03
8	CTRS	0.28	22	0.12	0.01	0	0.05	0.01	0.06	0.03
9	DART	0.22	17	0.09	0	0.03	0.04	0	0.03	0.03
10	DILD	0.23	18	0.08	0	0	0.06	0.01	0.05	0.03
11	DUTI	0.15	12	0.01	0	0	0.08	0	0.03	0.03
12	EMDE	0.13	10	0.05	0	0	0.04	0	0.01	0.03
13	GMTD	0.17	14	0.01	0	0	0.06	0.01	0.06	0.03
14	GPRA	0.17	13	0.06	0	0	0.03	0	0.05	0.03
15	GWSA	0.21	16	0.06	0	0	0.08	0	0.04	0.03
16	JRPT	0.40	32	0.15	0.06	0.01	0.09	0.01	0.05	0.03
17	KIJA	0.32	25	0.12	0	0	0.1	0.01	0.06	0.03
18	KPIG	0.31	24	0.13	0	0	0.08	0.01	0.06	0.03
19	LPCK	0.36	28	0.13	0.06	0	0.06	0.03	0.05	0.03
20	LPKR	0.27	21	0.13	0	0	0.05	0	0.06	0.03
21	MDLN	0.16	12	0.03	0	0	0.04	0.01	0.05	0.03
22	MTLA	0.33	25	0.13	0	0	0.06	0.03	0.08	0.03
23	PLIN	0.21	16	0.04	0	0	0.05	0.03	0.06	0.03
24	PUDP	0.19	15	0.06	0	0	0.05	0	0.05	0.03
25	PWON	0.19	15	0.06	0	0	0.05	0	0.05	0.03
26	SCBD	0.13	10	0.02	0	0	0.03	0	0.05	0.03

Keterangan : L = Lingkungan , E = Energi, KKK = Kesehatan Dan Keselamatan
Tenaga Kerja, LL = Lain-lain tentang Tenaga Kerja, P = Produk,
KM = Keterlibatan Masyarakat, U = Umum

