PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, DAN MEDIA *EXPOSURE* TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

SKRIPSI

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Universitas Negeri Semarang

Oleh
Risky Latif Rosyadi
NIM 7211411185

JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2015

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, DAN MEDIA *EXPOSURE* TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

SKRIPSI

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Universitas Negeri Semarang

Oleh
Risky Latif Rosyadi
NIM 7211411185

JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2015

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetejui oleh Pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian skripsi pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 23 September 2015

Mengetahui,
Ketua Jurusan Akuntansi

Drs. Fachrurrozie, M.Si.
NIP. 196206231989011001

Pembimbing

Badingatus Solikhah, SE M.Si
NIP. 198501152010122004

PENGESAHAN KELULUSAN

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

Hari : Jumat

Tanggal : 2 Oktober 2015

Penguji I	Penguji II	Penguji III
Drs. Heri Yanto, MBA, P.hD	Linda Agustina, SE, M.Si	Badingatus Solikhah, SE, M.Si.
NIP. 196307181987021001	NIP. 197708152000122001	NIP. 198501152010122004

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Wahyono, M.M.
NIP. 195601031983121001

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau 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, 29 September 2015

Risky Latif Rosyadi
NIM. 7211411185

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

"Perumpaan orang yang menginfakkan hartanya di jalan Allah seperti sebutir biji yang menumbuhkan tujuh tangkai, pada setiap tangkai ada seratus biji. Allah melipatgandakan bagi siapa yang Dia kehendaki, Dan Allah Mahaluas, Maha Mengetahui."

(QS: Al- Baqarah: 261)

"Orang yang meginfakkan hartanya di jalan Allah, kemudian tidak mengiringi apa yang dia infakkan itu dengan menyebut-nyebutnya dan menyakiti (perasaan penerima), mereka memperoleh pahala di sisi Tuhan mereka. Tidak ada rasa takut pada mereka dan mereka tidak bersedih hati.

(QS: Al-Baqarah: 262)

Persembahan

- *Allah SWT dan Rosulnya Muhammad SAW*
- *Bapak dan Ibuku*
- *Kakakku*
- *Adik-adikku*
- *Sahabat-Sahabatku*

PRAKATA

Alhamdulillahirabbil ‘*alamin*, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya berupa kesehatan dan kekuatan sehingga sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, dan Media *Exposure* Terhadap pengungkapan CSR” ini dapat tersusun dengan baik dan lancar guna memenuhi syarat menyelesaikan Program Studi Strata I (S1) Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

Selama penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M. Hum. selaku Rektor Universitas Negeri Semarang
2. Dr. Wahyono M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang
3. Drs.Fachrurrozie,M.Si. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri semarang
4. Henny Murtini, SE, M.Si. selaku Dosen Wali Jurusan Akuntansi C Angkatan tahun 2011 Program Strata I (SI) Universitas Negeri Semarang
5. Badingatus Solikhah, SE, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, dukungan dan pengertian selama penyusunan skripsi ini hingga dapat selesai tepat waktu.

6. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Prodi Akuntansi SI Universitas Negeri Semarang.
7. Ayah dan Ibu tercinta yang selalu mendoakan dan memberi kasih sayangnya sepanjang masa.
8. Partner saya Nurul Hidayah yang selalu memberi dukungan moril maupun spirituil dari awal sampai akhir pengerjaan skripsi ini.
9. Keluarga besar Akuntansi 2011, terimakasih atas kebersamaannya selama hampir 4 tahun ini, semoga semua sukses dan selalu menjadi keluarga.
10. Teman-teman mahasiswa Akuntansi Universitas Negeri Semarang.
11. Teman-teman seperjuangan Candra, Dimas, Arif, Irwan, Alfian, Adi, Iwan, dan Firman yang selalu memberikan semangat dan tawanya.
12. Semua pihak yang telah terlibat dalam penyusuan skripsi ini yang tidak bisa di sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa masih ada kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini. Sehingga kritik dan saran yang membangun penulis harapkan demi perbaikan di kemudian hari. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Semarang, Juni 2015

Penyusun

SARI

Rosyadi, Risky Latif. 2015. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, dan Media *Exposure* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*". Skripsi. Jurusan Akuntansi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing Badingatus Solikhah, SE, M.Si.

Kata Kunci : Pengungkapan CSR, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, Media *Exposure*.

Corporate Social Responsibility merupakan suatu jenis kegiatan yang di dalamnya memberikan perhatian khusus terhadap norma dan etika pada karyawan, masyarakat dan lingkungan sekitar dengan tujuan untuk memuaskan keinginan para pemegang saham dan juga masyarakat umum. Setiap kegiatan perusahaan sangat penting untuk diketahui oleh pihak internal maupun eksternal. pengungkapan CSR di dalam laporan tahunan sebagai salah satu cara mengkomunikasikannya. Hal inilah yang mendorong lahirnya konsep *Social Accounting* atau *Social Responbility Accounting*. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menjelaskan pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas dan media *exposure* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang tercatat pada LQ45 periode 2012-2014. Sejumlah 21 perusahaan dijadikan sebagai sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Variabel bebas meliputi ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, dan media *exposure*. Sedangkan variabel terikat adalah Pengungkapan CSR. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan aplikasi SPSS 22.

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel likuiditas, media *exposure* berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR. Sedangkan Ukuran perusahaan dan profitabilitas tidak terbukti mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Besarnya koefesien determinasi (*adjusted R square*) adalah sebesar 0,221. Hal ini berarti 22,1% variabel dependen yaitu pengungkapan CSR dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, dan media *exposure*. Sedangkan sisanya sebesar 77,9% pengungkapan CSR dijelaskan oleh variabel atau sebab-sebab lain di luar model.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka dapat diberikan saran untuk penelitian selanjutnya dalam pengukuran variabel media *exposure* sebaiknya menggunakan pengukuran yang lebih baik lagi selain menggunakan dummy, dan menggunakan periode penelitian yang lebih panjang untuk mengetahui konsistensi dari pengaruh variabel-variabel independen tersebut terhadap pengungkapan CSR.

.

ABSTRACT

Rosyadi, Risky Latif. 2015. "The Effect of Size, Profitability, Liquidity and Media Exposure on Corporate Social Responsibility". Undergraduate Thesis. Accounting Department. Faculty of Economics. Semarang State University. Supervisor Badingatus Solikhah, S.E, M.Si.

Keywords: CSR Disclosure, Corporate Size, Profitability, Liquidity, Media Exposure

Corporate Social Responsibility is activity that pays certain attention towards norms and ethics in surrounding environment, societies and employees. Its purpose is to meet the expectations of shareholders and society. Every company's activity is very important to be informed both internal and external parties. As a result, company has to include CSR's practices in the annual report as the way to communicate with stakeholders. This triggers to a concept called social accounting or social responsibility accounting. The aim of this study is to explain the effect of size, profitability, liquidity and media exposure towards Corporate Social Responsibility disclosure.

Population of this study are companies listed on LQ45 index from 2012 to 2014. 21 companies were selected as sample using purposive sampling method. The independent variables are size, profitability, liquidity and media exposure. And the dependent variable is CSR disclosure. The analysis method is multiple linear regressions using IBM SPSS Statistics version 22.

The result shows that liquidity, media exposures are positively associated with CSR disclosure. Meanwhile, size and profitability did not affect the CSR disclosure. The value of adjusted R square was 0,221. It means that 22,1% of dependent variable, CSR disclosure, can be explained by independent variable; size, profitability, liquidity and media exposure. While the remaining 77, 9% of CSR disclosure can be explained by other variables or other explanations apart from this model.

Based on this study, future research in the measurement of media exposure should use a better measurement indicator other than dummy and using a longer study period in order to find out the consistency of independent variable's effect towards CSR disclosure.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN v
PRAKATA vi
SARI viii
ABSTRACT ix
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xiv
DAFTAR GAMBAR xv
DAFTAR LAMPIRAN xvi

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Rumusan Masalah 13
1.3. Tujuan Penelitian 15
1.4. Manfaat Penelitian 15

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 17
2.1. Teori Stakeholder 17
2.2. Teori Legitimasi 19
2.3. *Corporate Social Responsibility* 22
2.4. Pengungkapan CSR 26

2.5. Faktor-faktor yang mempengaruhi Pengungkapan CSR 27

2.5.1 Ukuran Perusahaan 27

2.5.2 Profitabilitas..... 29

2.5.3 Likuiditas 30

2.5.4 Media *Exposure* 31

2.6. Penelitian Terdahulu 33

2.7. Kerangka Pemikiran Teoritis 40

2.8. Hipotesis 41

2.8.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR 42

2.8.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR..... 43

2.8.3 Pengaruh Likuiditas terhadap Pengungkapan CSR 44

2.8.4 Pengaruh Media *Exposure* terhadao Pengungkapan CSR 45

BAB III METODE PENELITIAN..... 47

3.1. Jenis dan Desain Penelitian..... 47

3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel..... 47

3.3. Variabel Penelitian..... 48

3.3.1. Variabel Dependen 48

3.3.2. Variabel Independen 50

a. Ukuran Perusahaan 50

b. Profitabilitas..... 50

c. Likuiditas 51

d. Media *Exposure* 51

3.4. Jenis Data 52

3.5. Metode Analisis Data 52

3.5.1. Statistik Deskriptif 52

3.5.2. Uji Asumsi Klasik 53

a. Uji Normalitas 53

b. Uji Multikolinearitas 54

c. Uji Heteroskedastisitas 54

d. Uji Autokorelasi 56

3.5.3. Analisis Regresi Berganda 56

3.5.4. Uji Hipotesis 57

a. Uji Statistik t (Parsial) 57

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2) 58

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 59

4.1. Deskripsi Objek Penelitian 59

4.2. Analisis Data 60

4.2.1. Statistik Deskriptif 60

4.2.2. Pengujian Asumsi Klasik 63

a. Uji Normalitas 64

b. Uji Multikolinearitas 66

c. Uji Heteroskedastisitas 67

d. Uji Autokorelasi 68

4.2.3. Analisis Statistik Inferensial 70

a. Uji Statistik t (Parsial) 71

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... 73

4.3. Pembahasan..... 74

4.3.1. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR .. 74

4.3.2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR..... 76

4.3.3. Pengaruh Likuiditas terhadap Pengungkapan CSR..... 78

4.3.4. Pengaruh Media *Exposure* terhadap Pengungkapan CSR..... 79

BAB V PENUTUP..... 81

5.1. Simpulan 81

5.2. Saran 82

DAFTAR PUSTAKA 83

LAMPIRAN..... 88

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perusahaan yang tidak melakukan CSR 5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 37
Tabel 3.1 Keputusan Autokorelasi 56
Tabel 4.1 Pemilihan Sampel 59
Tabel 4.2 Statistik Deskritif 60
Tabel 4.3 Pengungkapan Media 63
Tabel 4.4 Uji Normalitas 65
Tabel 4.5 Pengujian Multikolonieritas 66
Tabel 4.6 Uji Glejser 68
Tabel 4.7 Uji Autokorelasi 69
Tabel 4.8 Regresi Berganda 70
Tabel 4.9 Koefisien Determinasi 74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis 41
Gambar 4.1 Uji Normalitas..... 64
Gambar 4.2 Pengujian Heteroskedastisitas..... 67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Populasi Perusahaan 88

Lampiran 2 Daftar Sampel Perusahaan 91

Lampiran 3 Data Sampel Penelitian 92

Lampiran 4 Data indeks pengungkapan CSR..... 96

Lampiran 5 Indikator GRI Versi 4.0 108

Lampiran 6 Output Analisis Hasil Penelitian..... 114

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perusahaan yang menjalankan aktivitas usahanya mempunyai dampak terhadap lingkungan sekitarnya. Masyarakat juga cenderung memperhatikan bagaimana dampak dari kegiatan operasi perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya. Perusahaan tidak dapat dipisahkan dengan masyarakat sebagai lingkungan eksternalnya. Ada hubungan timbal balik antar keduanya yang merupakan suatu kombinasi yang nyata dan saling membutuhkan. Kombinasi antara tersebut akan menentukan keberhasilan pembangunan suatu bangsa.

Perusahaan harus memiliki kesadaran yang mendalam akan tanggung jawabnya terhadap lingkungan sekitarnya. Perusahaan tidak hanya berorientasi mendapatkan keuntungan *(profit oriented)* tetapi perusahaan harus memberikan kontribusi secara langsung kepada masyarakat. Perusahaan harus memberikan pengaruh yang dapat membuat masyarakat dilingkungan sekitarnya menjadi lebih maju.

Tanggung jawab sosial pada dasarnya adalah bagaimana perusahaan memberi perhatian kepada lingkungannya, terhadap dampak yang terjadi akibat kegiatan operasional perusahaan baik secara sosial maupun ekonomi. Perusahaan di indonesia semakin dituntut untuk memberikan informasi yang transparan atas aktivitas sosialnya, sehingga pengungkapan terhadap *Coporate Social*

Responsibility (CSR) diperlukan peran dari akuntansi pertanggung jawaban sosial (Anggraini, 2006).

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Coporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* yaitu juga memperhatikan masalah sosial dan lingkungan (Daniri, 2008). Perusahaan dalam praktiknya harus berperan diri dalam sosial masyarakat khususnya dalam mendukung pembangunan berkelanjutan. Hal ini terkait dengan munculnya kerusakan lingkungan yang semakin parah, akibat perubahan iklim yang disebabkan oleh penggundulan hutan, penggunaan bahan bakar emisi yang berlebihan, dan pencemaran lingkungan lainnya yang berdampak buruk terhadap lingkungan.

Mathews (1995) menjelaskan mengapa perusahaan harus mengembangkan inisiatif pengungkapan CSR. Pertama, perusahaan yang menyajikan pengungkapan informasi CSR dapat memberikan dampak positif terhadap performa pasarnya. Kedua, pengungkapan CSR dapat berkontribusi untuk pembentukan legitimasi perusahaan baik kelompok sasaran khusus dan masyarakat umum. Yang terakhir, pengungkapan non-keuangan dapat memastikan kontrak sosial antara perusahaan dan masyarakat di mana mereka beroperasi. Reputasi manajemen dan perlindungan merek perusahaan dianggap penting sebagai motivasi terhadap perluasan pengungkapan CSR (Kolk,2005).

Dengan melakukan CSR perusahaan akan mendapatkan keuntungan penting tidak hanya keuntungan dalam bidang ekonomi perusahaan juga maupun keuntungan sosial masyarakat yaitu dipercaya oleh masyarakat karena dianggap sudah melakukan peran penting terhadap masyarakat dalam memberikan peran pembangunan berkelanjutan.

Dampak dari kegiatan operasional perusahaan belakangan ini telah membuat sadar masyarakat dunia. Mereka menganggap bahwa aktivitas perusahaan telah memberikan dampak buruk terhadap lingkungan sekitar perusahaan. Dalam hal ini, perusahaan harus mengambil inisiatif untuk menarik lagi kepercayaan masyarakat bahwa perusahaan tersebut telah menggunakan sumber daya alam secara efektif dan efisien. Dan opsi utama yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam menambah kepercayaan masyarakat yaitu dengan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Pemerintah mengeluarkan Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Pasal 74 ayat 1 menyatakan bahwa ”Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/ atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Dalam Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, pasal 15 (b) menyatakan bahwa ”setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”. Dan juga telah diterbitkan peraturan baru yang merupakan amanat dari UU No 40 Tahun 2007 pasal 74 ayat (4) yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 yang diterbitkan pada bulan April 2012. Pada Pasal 3 ayat (1) menyatakan CSR menjadi kewajiban bagi perseroan yang

menjalankan kegiatan usaha di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam. Pada ayat (2) dijelaskan bahwa kewajiban CSR dilakukan baik di dalam maupun di luar lingkungan perseroan. Pada pasal 6 sendiri dijelaskan bahwa pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dimuat dalam laporan tahunan Perseroan dan dipertanggungjawabkan kepada RUPS.

Dari beberapa peraturan perundang-undangan di atas dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya yang berkaitan dengan penggunaan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan baik yang berkaitan dengan tanggung jawab terhadap pihak dalam maupun luar perusahaan. Namun pada praktiknya di Indonesia, standar akuntansi keuangan Indonesia belum mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial, sehingga pada praktik membuat pengungkapan CSR di Indonesia hanya bersifat sukarela. Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) dalam (PSAK) Nomor 1 2013 paragraf 9 menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab masalah sosial, sebagai berikut :

> "Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah *(value added statement)*, khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peran penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting."

Dari pernyataan di atas berpendapat bahwa laporan sosial perusahaan di Indonesia masih bersifat sukarela sehingga tidak ada sanksi yang diberikan terhadap perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Anggraini (2006) menyatakan bahwa perusahaan akan mempertimbangkan biaya dan manfaat yang diperoleh dengan mengungkapkan informasi sosial. Bila

manfaat dari pengungkapan CSR tersebut lebih besar dari pada biaya yang dikeluarkannya maka perusahaan akan dengan sukarela menungkapkan pelaporan CSR tersebut.

Menurut Deegan dan Gordon (1996) dalam Jose dan Lee (2006) bahwa tekanan *stakeholder* terhadap perusahaan untuk dapat secara efektif menjalankan kegiatan lingkungannya serta tuntutan agar perusahaan menjadi akuntabel telah meningkatkan jumlah perusahaan yang melakukan kegiatan pengungkapan tanggung jawab sosial. Akan tetapi faktanya, luas pengungkapan CSR yang dilakukan di Indonesia masih kurang. Masih banyak perusahaan yang yang tidak melakukan pengungkapan CSR. Berikut adalah daftar perusahaan yang tidak di mengungkapkan kegiatan CSR pada laporan tahunannya pada tahun 2013 dapat dilihat pada tabel 1.1 :

Tabel 1.1
Perusahaan yang tidak melakukan CSR

No	Nama Perusahaan		No	Nama Perusahaan
1	Alam Karya Unggul, Tbk		32	Midi Utama Indonesia, Tbk
2	Alkindo Naratama, Tbk		33	Millennium Pharmacon International, Tbk
3	Arpeni Pratama Ocean Line, Tbk		34	Mitra Adiperkasa, Tbk
4	Asia natural Resources, Tbk		35	Mitra International Resources, Tbk
5	Asuransi Dayin Mitra, Tbk		36	Mulia Industrindo, Tbk
6	Asuransi Ramayana, Tbk		37	Nipress, Tbk
7	Bank Bumi Arta, Tbk		38	Onix Capital, Tbk
8	Bank Maspion, Tbk		39	Panasia Indo Resources, Tbk
9	Bank Mestika, Tbk		40	Pelangi Indah Canindo, Tbk
10	BankvMitraniaga,Tbk		41	Pelayaran Tempuran Emas, Tbk
11	Bayu Buana, Tbk		42	Pembangunan Graha Lestari, Tbk
12	Bekasi Asri Pemula, Tbk		43	Polychem Indonesia Tbk
13	Capitalinc Investment, Tbk		44	Pool Advista Indonesia, Tbk
14	Centris Multipersada Pratama, Tbk		45	Primarindo Asia Infrastructure, Tbk

15	Citra Mineral investindo, Tbk		46	Ricky Putra Globalindo, Tbk
16	Colorpak Indonesia, Tbk		47	Ristia Bintang Mahkotasejati, Tbk
17	Danasupra Erapacific, Tbk		48	Salim Invomas Pratama, Tbk
18	Dharma Samudera Fishing Ind, Tbk		49	Sejahtera Anugrahjaya, Tbk
19	Ever Shine Tex, Tb		50	Sekar Laut, Tbk
20	Exploitasi Energi Indonesia, Tbk		51	Sentul City, Tbk
21	Fast Food Indonesia, Tbk		52	Sona Topas Tourism Industry, Tbk
21	Golden Retailindo, Tbk		53	Supreme Cabel manufacturing corporation, Tbk
23	Indomobil Sukses Internasional, Tbk		54	Tanah Laut, Tbk
24	Indospring, Tbk		55	Tembaga Mulia Semanan, Tbk
25	Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul, Tbk		56	Thaiso Pharmaceutical Indonesia, Tbk
26	Jakarta Kyoei Steel Works, Tbk		57	Tifico Fiber Indonesia, Tbk
27	Kabelindo Murni, Tbk		58	Tirta Mahakam Resources, Tbk
28	Leo Investments, Tbk		59	Toba Pulp Lestari, Tbk
29	Lionmesh Prima, Tbk		60	Triwira Insanlestari, Tbk
30	Lotte Chemical Titan, Tbk		61	Trust Finance Indonesia, Tbk
31	Metro Realty, Tbk		62	Unitex, Tbk

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa masih banyak perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan CSR. Masih banyak perusahaan yang belum sadar mengenai pentingnya kegiatan CSR. Akibatnya sering terjadi masalah terkait kegiatan tanggung jawab sosial di Indonesia, seperti tuntutan dari pihak masyarakat, investor, karyawan dan pemerintah terkait kerusakan lingkungan maupun konflik yang berhubungan dengan kesejahteraan karyawan. Dan banyak kasus yang terjadi di Indonesia terkait kegiatan tersebut.

Beberapa permasalahan yang terjadi antara lain seperti pencemaran air yang kini mengancam sungai dan anak sungai di Kalimantan Selatan tak terlepas dari peran pembukaan kolam penampungan limbah tambang batu bara milik

perusahaan-perusahaan swasta. Studi kasus organisasi kampanye global lingkungan Greenpeace menyoroti tiga perusahaan tambang yang menyumbang pencemaran air terbesar hingga kerusakan lingkungan akibat aktivitas penambangan. Perusahaan-perusahaan tambang ini melakukan aktifitas pertambangan di sepanjang kawasan Tanah Laut hingga Kota Baru di Kalimantan Selatan. Kolam-kolam penampungan ini pH (derajat keasaman) nya rendah sekali, bahkan, kolam asam Arutmin pHnya hanya 2,34. Ironisnya, sungai kecil tersebut mengalir melewati kebun milik masyarakat yang ditanami singkong, pisang dan tanaman lainnya. Sungai ini juga digunakan masyarakat untuk mandi dan memasak air. Masyarakat dan pemerintah setempat juga berharap perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosial terhadap aktivitasnya (news.metrotvnews.com).

Adapun masalah yang berhubungan dengan pencemaran udara seperti yang tejadi di kawasan Atas Dapur dan Karang Tinah, Kelurahan Tanjung Enim, Kecamatan Lawang Kidul, Sumsel, warga mengeluhkan banyaknya debu yang timbul akibat aktivitas PT Bukit Asam yang dilakukan di kawasan tersebut. Pengerjaan kawasan tersebut yaitu mendatarkan lokasi bekas kuburan atau pemakaman yang saat ini sudah direlokasi. Hanya saja akibat dari aktiftas tersebut, menimbulkan debu yang beterbangan hingga ke pemukiman warga. Masyarakat setempat juga menuntut kepada pihak perusahaan untuk bertanggung jawab terkait kegiatan tersebut (daerah.sindonews.com)

Selain masalah lingkungan, masalah ketenagakerjaan juga sering terjadi. Beberapa diantaranya adalah kasus yang terjadi di Makasar, sepanjang bulan

Januari hingga April tahun 2013 tercatat sebanyak 35 masalah ketenagakerjaan di Makassar. 17 diantaranya selesai dengan Perjanjian Kerja Bersama (PKB), sementara enam kasus selesai melalui perundingan bipartit antara pengusaha dan tenaga kerja. Masalah ketenagakerjaan yang terjadi di Kota Makassar selama ini dominan terkait masalah perselisihan buruh dan pengusaha. Perselisihan itu disebabkan masalah upah yang tidak sesuai ketentuan, masalah dalam perjanjian outsourching dan pemberhentian sepihak (www.tribunnews.com). Adapun kasus serupa yang terkait dengan kesejahteraan karyawan seperti yang terjadi di Kabupaten Berau, Kalimantan Timur. Sebanyak 600-an karyawan PT Kertas Nusantara (sebelumnya bernama PT Kiani Kertas) di Kabupaten Berau, Kalimantan Timur, berunjuk rasa menuntut gaji yang belum terbayarkan sejak lima bulan (nasional.tempo.com).

Beberapa kasus di atas yang melibatkan perusahaan-perusahaan besar yang ada di Indonesia menunjukkan bahwa perusahaan besar cenderung menjadi sorotan penting terkait aktifitas lingkungan mereka baik yang berhubungan dengan lingkungan, masyarakat maupun kesejahteraan karyawan perusahaan itu sendiri. Akibatnya banyak perusahaan-perusahaan yang berhubungan langsung maupun tidak langsung dengan masyarakat harus memperhatikan masalah lingkungan mereka untuk memuaskan kepentingan *stakeholder*. Sehingga pada praktik pertanggung jawaban sosial perusahaan dituntut untuk harus memperhatikan reputasi manajemen, manajemen resiko, dan keunggulan kompetitif yang menjadi isu utama perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR.

Pentingnya pengungkapan CSR membuat banyak peneliti yang melakukan penelitian dan diskusi mengenai praktik dan pengungkapan CSR baik di dalam negeri maupun luar negeri. Seperti Seperti penelitian yang dilakukan oleh Rahman dan Widyasari (2013), Suaryana dan Febriana (2010), Nurkhin (2010), Herusetya dan Kamil (2012), Priantinah dan Nur (2012), Kristi (2013), dan Giannarakis (2013) yang meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR.

Rahman dan Widyasari (2013) meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR dengan menggunakan *management ownership, leverage, size, profitability, company profile* sebagai variabel independen. Nurkhin (2010) menggunakan kepemilikan institusional, komposisi dewan komisaris independen, dan profitabilitas. Herusetya dan Kamil (2012) menggunakan profitabilitas, likuiditas, solvabilitas, ukuran perusahaan sebagai variabel independen. Kristi (2013) menggunakan Ukuran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan saham oleh publik, *media exposure* sebagai variabel independen. Giannarakis (2013) menggunakan *CEO duality, company's size, women on board, profitability, board's age, industry profile, board meetings of directors, board size, dan financial leverage.* Diantara faktor-faktor yang menjadi variabel dalam penelitian tersebut yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas dan *media exposure* (pengungkapan media).

Pengaruh Ukuran Peusahaan terhadap pengungkapan CSR tercermin dari teori *stakeholder* dimana perusahaan besar selalu menjadi sorotan utama masyarakat, sehingga perusahaan besar akan mempunyai kepentingan lebih besar

untuk melakukan pengungkapan CSR dibandingkan perusahaan kecil. Akan tetapi, tidak semua penelitian mendukung adanya pengaruh positif antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR secara keseluruhan. Penelitian yang menujukkan tidak adanya pengaruh antara kedua variabel ini seperti pada penelitian Rahman dan Widyasari (2013). Sebaliknya penelitian yang berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini antara lain Nurkhin (2010), Kristi (2013), dan Giannarakis (2013).

Faktor lain yang dianggap mempengaruhi pengungkapan CSR adalah profitabilitas. Hubungan positif antara profitabilitas dan pengungkapan CSR dapat dikaitkan dengan fakta bahwa perusahaan yang memiliki keuntungan (*profitable company*) mempunyai kebebasan dan fleksibilitas untuk melakukan praktik pengungkapan CSR lebih ekstensif terhadap *stakeholder*, legitimasi, hingga eksitensinya (Hannifa dan Cooke, 2005; Heinze, 1976; Khan, 2010). Roberts (1992), Nurkhin (2010) , Herusetya dan Kamil (2012), Lucyanda dan Saigan (2012) menemukan adanya hubungan antara profitablitas dengan pengungkapan CSR.

Hasil penelitian Kristi (2013) menunjukkan profitabilitas (ROE) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Serta penelitian yang dilakukan oleh Rahman dan Widyasari (2013), Suaryana dan Febriana (2010), Nur dan Priantinah (2012) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian tersebut tidak mampu mendukung teori bahwa perusahaan dengan profitabilitas tinggi akan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* lebih banyak. Perusahaan yang mempunyai

profitabilitas tinggi belum tentu lebih banyak melakukan aktivitas sosial karena perusahaan lebih berorientasi pada laba semata. Manajemen lebih tertarik untuk memfokuskan pengungkapan informasi keuangan saja dan menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan seperti *corporate social* (Sembiring, 2005).

Likuiditas menunjukkan hubungan antara kas dan aset lancar lainnya dengan liabilitas lancarnya pada suatu perusahaan. Likuiditas merupakan indikator mengenai kemampuan entitas untuk membayar semua liabilitas jangka pendek pada saat jatuh tempo dengan menggunakan aset lancar yang tersedia. Syahrir dan Suhendra (2010), Herusetya dan Kamil (2012) menemukan bahwa likuditas mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan dengan likuditas tinggi akan memberikan sinyal kepada perusahaan yang lain bahwa mereka lebih baik dari pada perusahaan lain dengan melakukan praktik dan pengungkapan CSR. Hasil berbeda ditunjukkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Rahajeng (2010) dan Sutomo (2004) yang menunjukkan likuiditas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

Faktor lain yang memperngaruhi pengungkapan CSR adalah pengungkapan media *(media exposure)*. 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. Media merupakan pusat perhatian masyarakat luas mengenai sebuah perusahaan (Yao, *et al*., 2011). Menurut Harmoni (2012), media adalah sumber daya pada informasi lingkungan Pengkomunikasian CSR melalui media akan meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat.

Pada penelitian yang dilakukan Kristi (2013) menunjukkan bahwa variabel *media exposure* berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Reverte (2009) dan Yao et., al. (2011)**.** Komunikasi CSR perusahaan melalui *website* mulai banyak digunakan sebagai pelengkap komunikasi melalui media tercetak walaupun belum seluruh potensi *website* dimanfaatkan oleh perusahaan. *Website* memungkinkan dialog secara langsung antar pihak. Internet dan *website* akan menjadi media komunikasi CSR yang sangat penting (Harmoni, 2012). Media *website* berperan aktif dengan memberikan riwayat pelaporan dan menyusunnya untuk menggambarkan nilai dari suatu perusahaan. Hasil berbeda ditunjukkan pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Nur dan Priantinah (2012) yang menunjukkan bahwa pengungkapan media berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian sebelumnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Perbedaan hasil penelitian tersebut dapat terjadi karena beberapa alasan seperti perbedaan periode waktu penelitian, interprestasi peneliti terhadap laporan keuangan perusahaan atas variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian, ataupun perbedaan metode pengujian yang ditempuh oleh peneliti. Penelitian ini menarik untuk

dilakukan karena untuk memverifikasi ulang hasil penelitian terdahulu tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi praktek pengungkapan informasi pertanggung jawaban sosial perusahaan.

Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah pengungkapan *Corporate Responsibility Disclosure* yang akan diukur menggunakan indeks pengukuran terbaru dari *Global Reporting Initiative* yang diberlakukan mulai tahun 2013 yaitu GRI Versi 4.0. Ini merupakan suatu pembaruan dari penelitian ini dimana pada penelitian-penelitian sebelumnya masih menggunakan GRI versi 3.1. Dan pada penelitian ini juga menggunakan sampel dari perusahaan yang beragam, dalam arti tidak hanya perusahaan yang berdampak langsung terhadap lingkungan saja seperti sektor manufaktur dan tambang, tetapi mencakup seluruh sektor perusahaan termasuk yang tidak berdampak langsung terhadap lingkungan seperti sektor bank. Sampel yang digunakan yaitu perusahan LQ45. Penelitian ini akan menguji pengaruh variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas dan pengungkapan media terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan yang tercatat di *list* indeks LQ45 Bursa Efek indonesia 2012-2014.

1.2. Rumusan Masalah

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu konsep dimana perusahaan atau organisasi harus melakukan tanggung jawab kepada *stakeholder* yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Oleh karena itu, CSR berhubungan erat dengan pembangunan berkelanjutan, dimana perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya tidak semata untuk menghasilkan keuntungan semata. Tetapi harus meperhatikan dampak

sosial dan lingkungan yaitu dengan melakukan penggunaan sumber daya secara efektif dan efisen untuk kebutuhan generasi yang akan datang. Dalam praktiknya, perusahaan harus melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaannya agar aktivitas dari perusahaan dapat terlegitimasi dan untuk memenuhi tuntutan *stakeholer*.

Berdasarkan ringkasan di atas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan yang terdaftar dalam *list* indeks LQ45 Bursa Efek Indonesia 2012-2014.
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan yang terdaftar dalam *list* indeks LQ45 Bursa Efek Indonesia 2012-2014.
3. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan yang terdaftar dalam *list* indeks LQ45 Bursa Efek Indonesia 2012-2014.
4. Apakah *media exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan yang terdaftar dalam *list* indeks LQ45 Bursa Efek Indonesia 2012-2014.

1.3. Tujuan Penilitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis dan menjelaskan pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Menganalisis dan menjelaskan pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Menganalisis dan menjelaskan pengaruh likuditas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Menganalisis dan menjelaskan *media exposure* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai faktor apa saja yang dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Serta dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian sejenis, dan hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan kajian teoritis dan referensi pada jenis penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

“Penelitian ini dapat memberikan pemahaman tentang pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada laporan keuangan perusahaan dan faktor apa saja yang dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Serta dapat digunakan oleh manajemen perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam pembuatan kebijaksanaan sehubungan dengan penerapan CSR dalam operasional perusahaan dan pengungkapannya dalam laporan perusahaan

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori *Stakeholder*

Definisi *stakeholders* menurut Freeman (1984) merupakan individu atau kelompok yang bisa mempengaruhi dan atau dipengaruhi oleh organisasi sebagai dampak dari aktivitas-aktivitasnya. Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholder*nya (*shareholders*, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain) (Ghozali dan Chariri, 2007). Dengan demikian kelangsungan hidup sebuah perusahaan berdasarkan teori *stakeholder* di pengaruhi oleh pihak luar.

Gray, Kouhy dan Adams (1995) dalam Ghozali dan Chariri (2007) mengatakan bahwa :

> "Kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Makin *powerful stakeholder*, makin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebaagi bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya."

Menurut Utama (2010), bahwa tanggung sosial jawab perusahaan tidak hanya terhadap pemiliknya atau pemegang saham saja tetapi juga terhadap para *stakeholders* yang terkait dan/atau terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Dalam menetapkan dan menjalankan strategi bisnisnya, perusahaan yang menjalankan CSR akan memperhatikan dampaknya terhadap kondisi sosial dan lingkungan, dan berupaya agar memberikan dampak positif. Pihak yang harus

diperhatikan yaitu, pemerintah *(government)*, sektor privat *(private sector)*, lembaga swadaya masyarakat (LSM) *Non-Governmental Organizations (NGOs)*, dan masyarakat *(Community)*.

Berdasarkan urutan prioritasnya *stakeholder* dibagi menjadi dua yaitu *stakeholder* primer dan skunder. *Stakeholder* primer adalah seseorang atau kelompok yang tanpanya perusahaan tidak dapat bertahan untuk *going concern*, meliputi : *shareholder* dan *investor*, karyawan, konsumen dan pemasok, bersama dengan yang didefinisikan sebagai kelompok *stakeholder* publik, yaitu : pemerintah dan komunitas. *Stakeholder* primer dianggap sebagai *stakeholder* yang paling penting dan harus diutamakan. Kelompok *stakeholder* sekunder didefinisikan sebagai mereka yang mempengaruhi, atau dipengaruhi perusahaan, namun mereka tidak berhubungan dengan transaksi dengan perusahaan. Penelitian ini menggunakan teori *stakeholder* sebagai teori utamanya, karena teori ini mampu menjelaskan antara hubungan perusahaan dengan *stakeholder*nya. Kelangsungan hidup perusahaan bergantung pada dukungan *stakeholders* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Makin *powerful stakeholders*, makin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi (Chariri dan Ghazali, 2007).

Dilihat dari dua jenis *stakeholder* di atas, *stakeholder* primer adalah *stakeholder* yang paling berpengaruh bagi kelangsungan perusahaan karena mempunyai *power* yang cukup tinggi terhadap ketersediaan sumber daya perusahaan. Karena, “ketika *stakeholder* mengendalikan sumber ekonomi yang penting bagi perusahaan, maka perusahaan akan bereaksi dengan cara-cara yang

memuaskan keinginan *stakeholder*" (Chariri dan Ghozali, 2007). Dan akibatnya perusahaan harus memperhatikan lebih *stakeholder*nya karena tujuan utama perusahaan adalah untuk memuaskan kebutuhan *stakeholder*nya.

Teori *stakeholder* adalah teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja (*stakeholder*) perusahaan bertanggungjawab Freeman (2001). Perusahaan harus bisa menjaga hubungan dengan *stakeholder*nya dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan *stakeholder*nya, 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. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakehoders*-nya (Chariri dan Ghozali, 2007). Perusahaan harus mendapat dukungan para *stakeholder* yang berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan khususnya kelompok aktivis yang sangat memperhatikan isu-isu yang sedang terjadi (Sembiring, 2003).

2.2 Teori Legitimasi

Teori legitimasi adalah teori yang menyatakan bahwa aktivitas perusahaan harus mendapat dukungan dari masyrakat sekitarnya. Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat (Ghozali dan Chariri, 2007).

Teori legitimasi didasarkan pada pengertian kontrak sosial yang diimplikasikan antara institusi sosial dan masyarakat (Ahmad dan Sulaiman, 2004). Teori tersebut dibutuhkan oleh institusi-institusi untuk mencapai tujuan

agar kongruen dengan masyarakat luas. Teori legitimasi memfokuskan pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat (Ulman, 1982; dalam Ghozali dan Chariri, 2007). Dowling dan Prefer (1975, p.122) dalam Ghozali dan Chariri (2007) memberikan alasan yang logis tentang legitimasi organisasi sebagai berikut:

> ”Organisasi berusaha menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan norma-norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat dimana organisasi adalah bagian dari sistem tersebut. Selama kedua sistem nilai tersebut selaras, kita dapat melihat hal tersebut sebagai legitimasi perusahaan. Ketika ketidakselarasan aktual dan potensial terjadi diantara kedua sistem tersebut, maka ada ancaman terhadap legitimasi perusahaan.”

Perusahaan mempunyai pengaruh yang luas terhadap masyrakat. Eksistensinya bisa mempengaruhi norma dan sosial pada masyarakat sekitar yang berhubungan dengan perusahaan. Sehingga dalam menjaga legitimasi dan atau keberadaannya, perusahaan harus bisa menjaga hubungan tersebut agar operasi dan eksistensinya tidak terancam.

Perusahaan menggunakan laporan tahunan mereka untuk menggambarkan kesan tanggung jawab kepada lingkungan dan masyrakat. Dengan adanya penerimaan dari masyrakat itulah diharapkan aktivitas perusahaan dapat diterima oleh masyrakat, dapat meningkatkan citra masyarakat. Akibatnya keuntungan semakin meningkat karena nilai perusahaan dimata masyarakat meningkat. Sehingga diharapkan hal tersebut dapat mendorong investor untuk melakukan invsestasi.

Definisi teori legitimasi adalah suatu kondisi atau status, yang ada ketika suatu sistem nilai perusahaan kongruen dengan sistem nilai dari sistem sosial yang

lebih besar di mana perusahaan merupakan bagiannya. Teori ini secara eksplisit mengakui bahwa bisnis dibatasi oleh kontrak sosial yang menyebutkan bahwa perusahaan sepakat untuk menunjukkan berbagai aktivitas sosial perusahaan agar perusahaan memperoleh penerimaan masyarakat akan tujuan perusahaan yang pada akhirnya akan menjamin kelangsungan hidup perusahaan (Brown and Deegan, 1998; Guthrie and Parker, 1989; Deegan, 2002; dalam Reverte, 2008).

Gray *et al*. (1995) dan Hooghiemstra (2000) dalam Reverte (2008) memperlihatkan bahwa sebagian besar pengetahuan yang berkaitan dengan pengungkapan CSR berasal dari penggunaan kerangka teori yang menyebutkan bahwa pengungkapan lingkungan dan sosial merupakan jalan untuk melegitimasi kelangsungan hidup dan operasi perusahaan pada masyarakat. Dengan mengungkapkan CSR, diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang (Kiroyan, 2006; dalam Sayekti dan Wondabio, 2007).

Ghozali dan Chariri (2007) juga mengatakan bahwa kegiatan perusahaan dapat menimbulkan dampak sosial dan lingkungan, sehingga praktik pengungkapan sosial dan lingkungan merupakan alat manajerial yang digunakan perusahaan untuk menghindari konflik sosial dan lingkungan. Selain itu, praktik pengungkapan sosial dipandang sebagai cara perusahaan untuk berkomunikasi kepada masyarakat mengenai dampak kegiatan perusahaan kepada masyrakat baik yang berdampak baik maupun buruk terhadap lingkungan masyrakat.

2.3 *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Untung (2008) memberikan pengertian mengenai *Corporate Social Responsibility* sebagai berikut:

> *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan.

.

Tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* yang selanjutnya disingkat menjadi CSR adalah kontribusi sebuah perusahaan yang terpusat pada aktivitas bisnis, investasi sosial dan program philantrophy, dan kewajiban dalam kebijakan publik (Wineberg, 2004). Oleh karena itu, perusahaan harus dapat berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi serta pembangunan berkelanjutan dan beriringan dengan meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja, keluarganya, komunitas lokal, masyarakat luas maupun lingkungan sekitar. Ini bisa dilakukan dengan cara mengerti aspirasi dan kebutuhan *stakeholder* dan kemudian berkomunikasi dan berinteraksi dengan para *stakeholder*.

Corporate Social Responsibility pada dasarnya yaitu suatu konsep dimana perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham dan atau pemilik perusahaan tetapi kepada *stakeholder* atau lingkungan yang terkena dampak dari aktivitas perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*nya. Perusahaan harus memperhatikan aktivitas usahanya dengan melakukan praktik CSR.

Hal tersebut didukung oleh Gray. *et al.*, (1995) dalam Chariri dan Ghozali (2007) 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 *stakeholder*nya." Dengan demikian, dengan melakukan kegiatan CSR perusahaan akan mendapat dukungan dari para *stakeholder* akibat aktivitas perusahaan di tengah-tengah lingkungan masyarakat.

Perusahaan harus menjaga hubungan dengan *stakeholder*nya dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan *stakeholder*nya, 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). Salah satu pilihan utama yang bisa dilakukan perusahaan yaitu dengan melakukan kegiatan CSR. Karena dengan melakukan kegiatan CSR, hubungan antara masyarakat dan perusahaan akan terjamin dengan harmonis. Sehingga kelangsungan hidup perusahaan menjadi lebih terjaga.

Dauman dan Hargreaves (1992) dalam 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 perusahan 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 menunjukan tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi perubahan kebutuhan *stakeholder* seperti pekerja, pemegang saham, dan masyarakat di sekitarnya.
3. *Sociental responses* (SR) Pada level ketiga, menunjukan 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.

Untuk dapat menentukan ruang lingkup dari tanggung jawab sosial, mengidentifikasi isu-isu yang relevan dan menentukan prioritasnya terhadap tanggung jawab sosial, suatu perusahaan harus dapat mengerti elemen dasar yang terdapat dalam tanggung jawab sosial. Di dalam *Global Reporting Initiative Generation 4* (GRI G4) dijelaskan 6 elemen dasar dari praktik CSR yang dapat dilakukan oleh perusahaan, yaitu :

1. Ekonomi

   Mencakup 4 aspek yang meliputi kinerja ekonomi *(economic performance)*, keberadaan pasar *(market presence)*, dampak ekonomi tidak langsung (*inderect economic impacts)*, Praktik pengadaan *(procurement practices).*

2. Lingkungan

   Mencakup bahan *(materials)*, energi *(energy)*, air *(water)*, keanekaragaman hayati *(biodivesity)*, emisi *(emissions)*, elfuen dan limbah *(effluents and waste)*, produk dan jasa *(products and services)*, kepatuhan *(compliance)*, transportasi *(transport)*, lain-lain *(overall)*, asesmen pemasok atas lingkungan *(supllier enviromental assesment)*, mekanisme pengaduan masalah lingkungan *(Environmental Grievance Mechanisms)*.

3. Praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja

   Mencakup 9 aspek meliputi kepegawaian *(Employment)*, hubungan industrial *(Labor/Management Relations)*, kesehatan dan keselamatan kerja *(Occupational Health and Safety)*, pelatihan dan pendidikan *(Training and Education)*, keberagamaan dan kesetaraan peluang *(Diversity and Equal Opportunity)*, kesetaraan remunerasi perempuan dan laki-laki *(Equal Remuneration for Women and Men)*, asesmen pemasok atas praktik ketenagakerjaan *(Supplier Assessment for Labor Practices)*, mekanisme pengaduan masalah ketenagakerjaan *(Labor Practices Grievance Mechanisms)*.

4. Hak asasi manusia

   Mencakup 10 askpek meliputi investasi *(invesment)*, non-diskriminasi *(non-dicrimination)*, kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama *(freedom of association and collective bergaining)*, pekerja anak *(child labor)*, pekerja paksa atau wajib kerja *(forced or compulsory labor)*, praktik

pengamanan *(security practices)*, hak adat *(indigenous rights)*, asesmen *(assesstment)*, asesmen pemasok atas hak asasi manusia *(Supplier Human Rights Assessment)*, mekanisme pengaduan masalah hak asasi manusia *(Human Rights Grievance Mechanisms)*.

5. Masyarakat

   Mencakup 7 aspek meliputi masyarakat lokal *(Local Communities)*, anti-korupsi *(Anti-corruption)*, kebijakan publik *(Public Policy)*, anti persaingan *(Anti-competitive Behavior)*, kepatuhan *(compliance)*, asesmen pemasok atas dampak pada masyarakat *(Supplier Assessment for Impacts on Society)*, mekanisme pengaduan dampak terhadap masyarakat *(Grievance Mechanisms for Impacts on Society)*.

6. Tanggung jawab atas produk

   Mencakup 5 aspek meliputi kesehatan dan keselamatan pelanggan *(Customer Health and Safety)*, pelabelan produk dan jasa *(Product and Service Labeling)*, komunikasi pemasaran *(Marketing Communications)*, privasi pelanggan *(Customer Privacy)*, kepatuhan *(Compliance)*.

2.4 Pengungkapan CSR

Setiap aktivitas perusahaan sangat penting untuk diketahui oleh perusahaan. Akibatnya membuat perusahaan melakukan dan mencamtumkan praktik pengungkapan CSR di dalam laporan tahunannya sebagai salah satu cara untuk mengkomunikasikannya. Hal ini mendorong lahirnya suatu konsep yang disebut sebagai *Social Accounting*, *Socio Economic Accounting* atau pun *Social Responsibility Accounting* (Indira dan Dini, 2005).

Memasukkan unsur pengungkapan sosial merupakan sesuatu hal yang penting. *Trueblood Committee* dalam Zeff (1999) menyatakan bahwa tujuan sosial perusahaan tidak kalah penting dari pada tujuan ekonomi. *Trueblood Committee Report* menyatakan:

> *An objective of financial statements is to report on those activities of the enterprise affecting society which can be determined and described or measured and which are important to the role of the enterprise in its social environment.*

Dari pernyataan di atas dapat diketahui bahwa pegungkapan tanggung jawab sosial merupakan salah satu tujuan laporan keuangan.

Kotler dan Lee (2005) menyatakan bahwa partisipasi perusahaan dalam berbagai bentuk tanggung jawab sosial dapat memberikan banyak manfaat bagi perusahaan, antara lain :

1. Meningkatkan penjualan dan market share,
2. Memperkuat brand positioning,
3. Meningkatkan image dan pengaruh perusahaan,
4. Meningkatkan kemampuan untuk menarik hati, memotivasi, dan mempertahankan karyawan,
5. Menurunkan biaya operasional,
6. Meningkatkan hasrat bagi investor untuk berinvestasi.

2.5. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan CSR

2.5.1. Ukuran perusahaan (*Size*)

Perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak dari pada perusahaan kecil. Terdapat beberapa alasan untuk melakukan hal tersebut. Pertama untuk mendapatkan legistimasi, perusahaan besar akan melakukan

aktivitas sosial lebih banyak agar mempunyai pengaruh terhadap pihak-pihak internal maupun eksternal yang mempunyai kepentingan terhadap perusahaan. Teori legistimasi menyatakan bahwa perusahaan dapat bertahan apabila masyarakat disekitar perusahaan merasa bahwa perusahaan melakukan aktivitas bisnisnya sesuai dengan sistem nilai yang dimiliki masyarakat (Gray *et.al*, 1986 dalam Yuliani, 2003). Kedua, dalam aktivitasnya perusahaan besar juga cenderung menjadi sorotan utama masyarakat. Perusahaan harus mendapat dukungan para *stakeholder* yang berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan khususnya kelompok aktivis yang sangat memperhatikan isu-isu yang sedang terjadi (Sembiring, 2003).

Perusahaan besar merupakan entitas yang banyak disorot oleh pasar maupun publik secara umum. Mengungkapkan lebih banyak informasi merupakan bagian dari upaya perusahaan untuk mewujudkan akuntabilitas publik. Karena, pengungkapan sosial yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis bagi perusahaan (Hasibuan, 2001). Dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui laporan keuangan, maka aktivitas perusahaan dalam waktu panjang akan aman.

Penjelasan lain yang juga sering diajukan adalah karena perusahaan besar memiliki sumber daya yang besar, sehingga perusahaan perlu dan mampu untuk membiayai penyediaan informasi untuk keperluan internal. Informasi tersebut sekaligus menjadi bahan untuk keperluan pengungkapan informasi kepada pihak eksternal, sehingga aktivitas perusahaan dalam masyarakat terlegitimasi dengan baik.

Sebaliknya perusahaan yang relatif kecil tidak mempunyai pengaruh yang besar terhadap lingkungan, sehingga perusahaan kecil cenderung tidak melakukan pengungkapan informasi sosialnya. Karena fokus masyarakat lebih tertuju pada perusahaan yang besar yang mempunyai dampak yang luas terhadap masyarakat dibandingkan dengan perusahaan yang relatif kecil.

2.5.2. Profitabilitas

Hubungan antara pengungkapan CSR dan profitabilitas perusahaan telah dipostulasikan untuk merefleksikan pandangan bahwa kepekaan sosial membutuhkan gaya managerial yang sama sebagaimana yang diperlukan untuk dapat membuat perusahaan menguntungkan (*profitable*) Bowman dan Haire (1976) dalam Heckston dan Milne (1996). Pengungkapan CSR merupakan cerminan suatu pendekatan manajemen dalam menghadapi lingkungan yang dinamis dan multidimensional serta kemampuan untuk mempertemukan tekanan sosial dengan reaksi kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, ketrampilan manajemen perlu dipertimbangkan untuk *survive* dalam lingkungan perusahaan masa kini (Cowen *et al*., 1987 dalam Heckston dan Milne, 1996).

Heinze (1976) dalam Heckston dan Milne, (1996) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Artinya, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahan

Karpik (1989) menjelaskan hubungan antara profitabilitas dengan pengungkapan CSR, 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. Akibatnya, perusahaan yang mempunyai respon sosial dalam hubungannya dengan pengungkapan tanggung jawab sosial seharusnya menyingkirkan seseorang yang tidak merespon hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan variabel akuntansi seperti tingkat pengembalian investasi dan variabel pasar seperti *differential return* harga saham.

2.5.3. Likuiditas

Rasio likuiditas merupakan suatu indikator mengenai kemampauan perusahaan membayar semua kewajiban fianansial jangka pendek pada saat jatuh tempo dengan menggunakan aktiva lancar yang tersedia. Riyanto (2008:25) menyatakan bahwa likuiditas adalah masalah yang berhubungan dengan masalah kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban financialnya yang segera harus dipenuhi. Current ratio merupakan perbandingan antara aktiva lancar dan kewajiban lancar dan merupakan ukuran yang paling umum digunakan untuk mengetahui kesanggupan suatu perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya.

Berdasarkan teori legistimasi menyatakan bahwa kekuatan perusahaan yang ditunjukan rasio likuiditas tinggi akan berhubungan dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang tinggi. Hal ini didasarkan bahwa kuatnya keuangan suatu perusahaan akan cenderung memberikan informasi yang luas dari pada perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang lemah.

Hasil penelitian Herusetya dan Kamil (2012) menunjukan bahwa kesehatan perusahaan yang ditunjukan dalam rasio likuiditas yang tinggi diharapkan berhubungan dengan pengungkapan yang lebih luas. Hal ini didasarkan bahwa perusahaan yang secara keuangan sehat, kemungkinan akan lebih banyak mengungkapkan informasi dibanding dengan perusahaan yang likuiditasnya rendah. Sebaliknya apabila likuiditas dipandang oleh pasar sebagai ukuran kinerja, maka perusahaan yang memiliki rasio likuiditas rendah perlu mengungkapkan informasi yang lebih rinci untuk menjelaskan lemahnya kinerja dibanding dengan perusahaan yang memiliki rasio likuiditas yang tinggi (Wallace, R., 1994).

Edy Subiyanto (1996) dalam Rahajeng (2010) menyebutkan bahwa rasio likuiditas berpengaruh pada luas pengungkapan sukarela. Karena kondisi perusahaan didasarkan pada alasan bahwa bagi perusahaan yang memiliki likuiditas baik, menunjukan memiliki struktur finansial yang baik pula. Akibatnya apabila kondisi ini diketahui oleh publik maka kinerja perusahaan menjadi lebih terjada, bahkan jika likuiditas perusahaan itu diketahui oleh publik, secara langsung atau tidak langsung perusahaan menunjukan validitas kinerjanya.

2.5.4. Pengungkapan media (*Media exposure*)

Jika ingin perusahaannya dapat terligitimasi dengan baik, perusahaan harus mempunyai cara yang efektif untuk melakukan komnikasi tentang aktivitasnya kepada para pemangku kepentingannya. Fungsi komunikasi sangat penting dalam menyampaikan maksud kegiatan CSR. Perusahaan harus memberikan informasi tentang tanggung jawab sosialnya dan pesan lain yang

terkait kepada para karyawan, pelanggan, dan pemangku kepentingan lain, dan secara umum, kepada seluruh masyarakat dengan berbagai alat komunikasi (Harmoni, 2012). Studi empiris yang dilakukan CSR Europe menyatakan bahwa ada beberapa cara lain untuk mengomunikasikan 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**.**

Menurut Harmoni (2012), media adalah sumber daya pada informasi lingkungan Pengkomunikasian CSR melalui media akan meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat. Pada pelaksanaannya, hal inilah yang menjadi bagian pada proses membangun institusi, membentuk norma yang diterima dan legitimasi praktik CSR. 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 (Patten, 2002b dalam Reverte, 2008).

Menurut Simon (1992) dalam Reverte (2008), media adalah sumber daya pada informasi lingkungan. Media tidak hanya memainkan peran pasif pada bentuk norma institusi, akan tetapi juga berperan aktif dengan memberikan riwayat pelaporan dan menyusunnya untuk menggambarkan nilai dari suatu perusahaan. Dengan demikian, secara tidak langsung media juga mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan

melalui media website adalah merupakan kategori pengungkapan sukarela yang dilakukan oleh perusahaan.

Untuk mengkomunikasikan CSRnya perusahaan bisa mengungkapkan kegiatan-kegiatan tersebut dengan berbagai media. Terdapat tiga media yang biasanya dipakai perusahaan dalam pengungkapan CSR perusahaan, yaitu melalui TV, koran, serta internet (WEB perusahaan). Media TV merupakan media yang paling efektif dan mudah dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat. Akan tetapi, media ini hanya digunakan oleh beberapa perusahaan saja. Media internet *(web)* merupakan media yang efektif dengan didukung oleh para pemakai internet yang mulai meningkat. Sedangkan media koran merupakan media yang sudah sering digunakan oleh perusahaan, serta dapat digunakan sebagai dokumentasi. 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).

2.6. Penelitian Terdahulu

Priantinah dan Nur (2012) meneliti tentang pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan saham publik, dewan komisaris, *leverage*, pengungkapan media terhadap pengungkapan CSR dengan menggunakan analisis regresi berganda. Sampel dalam penelitian ini adalah 66 perusahaan yang berkategori high profile yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode

2008-2010. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas, kepemilikan saham oleh publik dan pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Dewan komisaris dan *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Adapun profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan saham publik, dewan komisaris, *leverage* dan pengungkapan media *(media exposure)* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Febriana dan Suaryana (2011) meneliti tentang pengaruh *leverage*, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan, dan kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan CSR dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 75 sampel perusahaan manufaktur periode 2007-2009. Hasil penelitian ini gagal membuktikan pengaruh *leverage*, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, dan kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Ukuran perusahaan sebagai satu-satunya faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR.

Nurkhin (2010) meneliti hubungan antara mekanisme *corporate governance*, profitabilitas dan pengungkapan CSR yang melibatkan *corporate size* sebagai variabel kendali dan menggunakan analisis regresi berganda. Variabel *corporate governance* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah mekanisme *corporate governance* yang diukur dengan variabel kepemilikian institusional dan komposisi dewan komisaris independen. Variabel profitabilitas pada penelitian ini

menggunakan proksi *return on equity* (ROE) seperti yang dilakukan oleh Hackston & Milne (1996). Sedangkan variabel kendali, yaitu ukuran perusahaan, menggunakan proksi *log natural of total assets value* seperti yang dilakukan oleh Farouk & Lanis (2005). *Log natural of total assets value* dilakukan untuk mentransformasi data *total assets value* perusahaan sampel yang sangat beragam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara kepemilikan institusional dan pengungkapan CSR. Tetapi, ditemukan adanya hubungan yang signifikan antara *independent commissioner board* , *profitability*, dan pengungkapan CSR.

Kristi (2013) meneliti hubungan antara ukuran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan saham oleh publik, pengungkapan media (*media exposure)* terhadap pengungkapan CSR dengan menggunakan analisis regresi berganda. Sampel yang digunakan berjumlah 90 perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2010-2011. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel profitabilitas, kepemilikan saham, kepemilikan manajerial berpengaruh negatif dan signifikan. Ukuran perusahaan, pengungkapan media berpengaruh positif dan signifikan.

Herusetya dan Kamil (2011) meneliti hubungan profitabilitas, likuiditas, solvabilitas, ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR dengan menggunakan analisis regresi berganda. Sampel yang digunakan berjumlah 82 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Hasil penelitian menemukan ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan CSR pada pelaporan keuangan. Profitabilitas, likuiditas dan solvabilitas tidak terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Prastiti dan utami (2010) meneliti pengaruh net profit, *size* perusahaan, umur perusahaan, rasio *leverage*, kepemilikan manajemen terhadap pengungkapan CSR dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 44 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Hasil penelitian menemukan bahwa net profit margin, *size* perusahaan berpengaruh signifikan terhadap CSR. Umur perusahaan, *leverage*, kepemilikan manajemen tidak berpengaruh signifikan terhadap CSD.

Rahman dan Widyasari (2013) meneliti hubungan kepemilikan manajemen (*management ownership*), *leverage*, ukuran perusahaan (*size)*, profitabilitas, *company profile* terhadap pengungkapan CSR menggunakan analisis regesi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 76 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Jakarta Stock Exhchange (JSX) tahun 2003-2005. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel company profile berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Kepemilikan manajemen, *leverage*, ukuran perusahaan, profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Giannarakis (2013) meneliti hubungan *CEO duality, company's size, women on board, profitability, board's age, industry profile, board meetings of directors, board size, financial leverage* terhadap pengungkapan CSR. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 366 perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR diambil dari *Fortune* 500 USA. Hasil penelitian menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Board *size* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

CEO duality, Industry profile, woman on board, boards meeting of directors, financial *leverage*, profitability, tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Ringkasan hasil penelitian terdahulu dapat dilihat pada Tabel 2.1 berikut ini

Tabel 2.1.
Penelitian terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel	Metode analisi	Hasil Penelitian
1.	Priantinah dan Nur (2012), Journal	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR di Indonesia (studi emoiris pada perusahaan berkategori High profile yang listing di Bursa efek Indonesia)	Profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan saham publik, dewan komisaris, *leverage*. Pengungkapan media	Regresi berganda	Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkaoan CSR, sedangkan profitabilitas, lepemilikan saham publik, dewan komisaris. *Leverage*, pengungkapan media, tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
2.	Febriana dan Suaryana (2011), Journal	Faktor-faktor yang mempengaruhi kebijakan pengungkapan tanggung jawa sosial dan lingkungan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia	*Leverage*, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan, dan kepemilikan manajerial	Regresi linier berganda	Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap CSR, sedangkan *leverage*, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, kepemilikan manajerial tidak berpengaruh

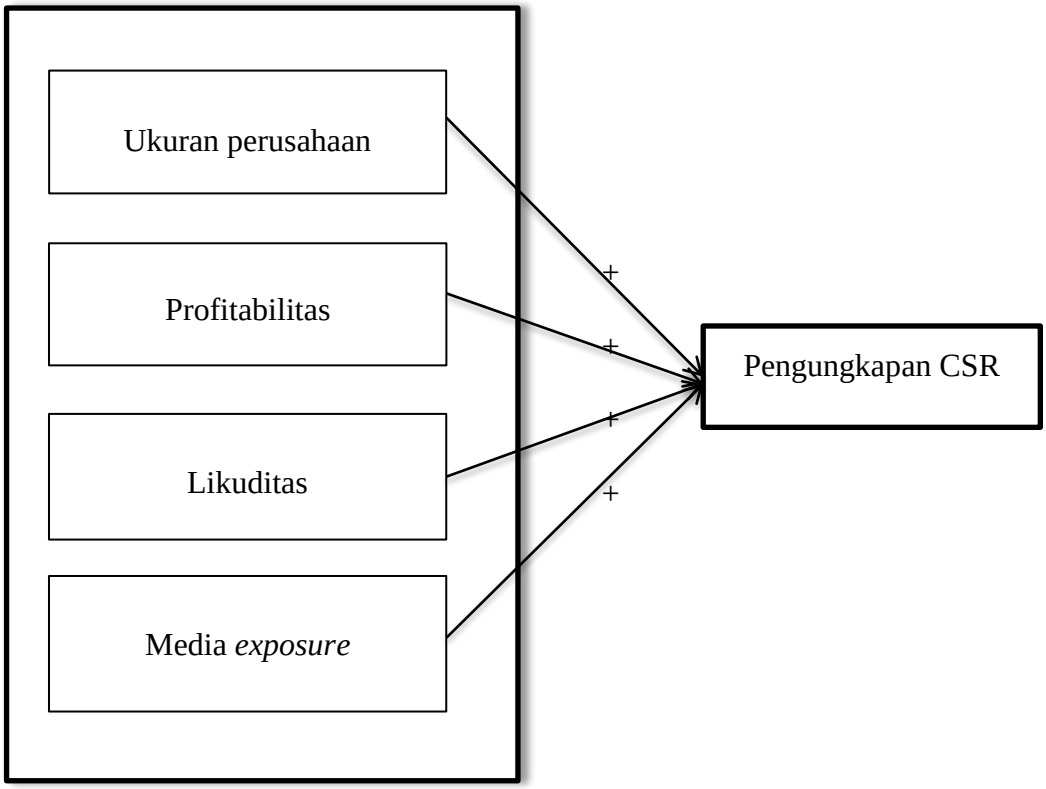
					signifikan terhadap CSR
3.	Nurkhin (2010), Journal	Corporate governance dan profitabilitas, pengaruhnya terhadap pengungkapan CSR sosial perusahaan	Kepemilikan institusional, komposisi dewan komisaris independen, dan profitabilitas	Regresi berganda	Komposisi dewan komisaris independen, profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR.
4.	Kristi (2013), Journal	Faktor-faktor yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan publik di Indonesia	Ukuran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan saham oleh publik, *media exposure*	Regresi berganda	Ukuran perusahaan, *media exposure* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan profitabilitas, kepemilikan saham oleh publik tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR
5.	Heruset ya dan Kamil (2011), Journal	Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap luas pengungkapan kegiatan *Corporate Social*	Profitabilitas, likuiditas, solvabilitas, ukuran perusahaan	Regresi berganda	Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR, sedangkan profitabilitas, likuiditas,

		Responsibility			solvabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR
6.	Prastiti dan utami (2010), Journal	Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap social disclosure	*Net profit margin, size* perusahaan, umur perusahaan, rasio *leverage*, kepemilikan manajemen	Regresi linier berganda	*Net profit margin, size* perusahaan berpengrauh signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan umur perusahaan, *leverage*, kepemilikan manajemen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
7.	Rahman dan widyasari (2013), Journal	*The analysis of company characteristic influence toward CSR disclosure : empirical evidence of manufacturing listed in JSX*	*Management ownership, leverage, size, profitability, company profile*	Regresi	*Company size, company profile, earning per share, and environmental concern* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, sedangkan management ownership, *leverage, size*, profitability tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR
8.	Giannar	*The*	*CEO duality,*	Regresi	Ukuran

	kis (2013), Journal	*determinants influencing the extent of CSR disclosure*	*company's size, women on board, profitability, board's age, industry profile, board meetings of directors, board size, financial leverage*	linier berganda	perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. *Board size* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. *CEO duality, Industry profile, woman on board, boards meeting of directors, financial leverage,* profitability, tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

2.7. Kerangka pemikiran Teoritis

Berdasarkan analisis dalam landasan teori dan penelitian terdahulu yang menguji faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR, yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, dan media *exposure*. Maka dibuat model penelitian seperti gambar berikut ini :



Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis

2.8. Hipotesis

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu seperti yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti akan menguji pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas dan media exposure terhadap pengungkapan CSR, dengan rumusan hipotesis sebagai berikut:

2.8.1. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR

Perusahaan besar akan cenderung mengungkapkan informasi lebih banyak dari pada perusahaan kecil. Terdapat beberapa alasan untuk melakukan hal tersebut. Pertama untuk mendapatkan legistimasi, perusahaan besar akan melakukan aktivitas sosial lebih banyak agar mempunyai pengaruh terhadap pihak-pihak internal maupun eksternal yang mempunyai kepentingan terhadap perusahaan. Teori legistimasi menyatakan bahwa perusahaan dapat bertahan apabila masyarakat disekitar perusahaan merasa bahwa perusahaan melakukan aktivitas bisnisnya sesuai dengan sistem nilai yang dimiliki masyarakat (Gray *et.al*, 1986 dalam Yuliani, 2003). Kedua, dalam aktivitasnya perusahaan besar juga cenderung menjadi sorotan utama masyarakat. Perusahaan harus mendapat dukungan para *stakeholder* yang berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan khususnya kelompok aktivis yang sangat memperhatikan isu-isu yang sedang terjadi (Sembiring, 2003).

Perusahaan besar merupakan entitas yang banyak disorot oleh pasar maupun publik secara umum. Mengungkapkan lebih banyak informasi merupakan bagian dari upaya perusahaan untuk mewujudkan akuntabilitas publik. Karena, pengungkapan sosial yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis bagi perusahaan (Hasibuan, 2001). Dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui laporan keuangan, maka aktivitas perusahaan dalam waktu panjang akan aman.

Penjelasan lain yang juga sering diajukan adalah karena perusahaan besar memiliki sumber daya yang besar, sehingga perusahaan perlu dan mampu untuk

membiayai penyediaan informasi untuk keperluan internal. Informasi tersebut sekaligus menjadi bahan untuk keperluan pengungkapan informasi kepada pihak eksternal, sehingga aktivitas perusahaan dalam masyarakat terlegitimasi dengan baik.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis pertama yang akan diuji dalam penelitian ini dapat disusun sebagai berikut:

H1 : Terdapat pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR.

2.8.2. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR

Hubungan antara pengungkapan CSR dan profitabilitas perusahaan telah dipostulasikan untuk merefleksikan pandangan bahwa kepekaan sosial membutuhkan gaya managerial yang sama sebagaimana yang diperlukan untuk dapat membuat perusahaan menguntungkan (profitable) Bowman dan Haire (1976) dalam Heckston dan Milne (1996). Pengungkapan CSR merupakan cerminan suatu pendekatan manajemen dalam menghadapi lingkungan yang dinamis dan multidimensional serta kemampuan untuk mempertemukan tekanan sosial dengan reaksi kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, ketrampilan manajemen perlu dipertimbangkan untuk survive dalam lingkungan perusahaan masa kini (Cowen *et al*., 1987 dalam Heckston dan Milne, 1996).

Heinze (1976) dalam Heckston dan Milne, (1996) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahan. Dengan

melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial diharapkan dapat berbanding lurus terhadap peningkatan laba perusahaan. Karena di saat laba tinggi perusahaan berharap dengan melakukan pengungkapan CSR akan semakin meningkatkan profit dari perusahaan tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis kedua yang akan diuji dalam penelitian ini dapat disusun sebagai berikut:

H2 : Terdapat pengaruh positif profitabilitas terhadap pengungkapan CSR.

2.8.3. Pengaruh Likuiditas Terhadap Pengunggkapan CSR

Rasio likuiditas merupakan suatu indikator mengenai kemampauan perusahaan membayar semua kewajiban fianansial jangka pendek pada saat jatuh tempo dengan menggunakan aktiva lancar yang tersedia. Riyanto (2008:25) menyatakan bahwa likuiditas adalah masalah yang berhubungan dengan masalah kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban financialnya yang segera harus dipenuhi. *Current ratio* merupakan perbandingan antara aktiva lancar dan kewajiban lancar dan merupakan ukuran yang paling umum digunakan untuk mengetahui kesanggupan suatu perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya.

Berdasarkan teori legistimasi berkeyakinan bahwa kekuatan perusahaan yang ditunjukan rasio likuiditas tinggi akan berhubungan dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang tinggi. Hal ini didasarkan bahwa kuatnya keuangan suatu perusahaan akan cenderung memberikan informasi yang luas dari pada perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang lemah.

Hasil penelitian Herusetya dan Kamil (2011) menunjukan bahwa kesehatan perusahaan yang ditunjukan dalam rasio likuiditas yang tinggi diharapkan berhubungan dengan pengungkapan yang lebih luas. Hal ini didasarkan bahwa perusahaan yang secara keuangan sehat, kemungkinan akan lebih banyak mengungkapkan informasi dibanding dengan perusahaan yang likuiditasnya rendah. Dan dengan melakukan pengungkapan CSR diharapkan dapat semakin meningkatkan kinerja perusahaan.

Hal ini berarti, semakin tinggi likuiditas perusahaan, maka semakin tinggi pula keinginan perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR. Rahajeng (2010) menyebutkan bahwa rasio likuiditas berpengaruh pada luas pengungkapan sukarela. Karena kondisi perusahaan didasarkan pada alasan bahwa bagi perusahaan yang memiliki likuiditas baik, menunjukan memiliki struktur finansial yang baik pula. Kondisi likuiditas yang baik juga menunjukkan validitas kinerja yang baik pula apabila diketahui oleh publik. Untuk menunjukkan validitas kinerja yang baik pada perusahaan salah satunya bisa dengan melakukan pengungkapan CSR. Jadi semakin tinggi likuiditas perusahaan maka semakin baik pula tingkat pengungkapan CSR.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis ketiga yang akan diuji dalam penelitian ini dapat disusun sebagai berikut:

H3 : Terdapat pengaruh positif likuiditas terhadap pengungkapan CSR.

2.8.4. Pengaruh *Media exposure* Terhadap Pengungkapan CSR

Menurut Harmoni (2012), media adalah sumber daya pada informasi lingkungan Pengkomunikasian CSR melalui media akan meningkatkan reputasi

perusahaan di mata masyarakat. Pada pelaksanaannya, hal inilah yang menjadi bagian pada proses membangun institusi, membentuk norma yang diterima dan legitimasi praktik CSR. 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 (Patten, 2002b dalam Reverte, 2008).

Menurut Simon (1992) dalam Reverte (2008), media adalah sumber daya pada informasi lingkungan. Media tidak hanya memainkan peran pasif pada bentuk norma institusi, akan tetapi juga berperan aktif dengan memberikan riwayat pelaporan dan menyusunnya untuk menggambarkan nilai dari suatu perusahaan. Dengan demikian, secara tidak langsung media juga mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan melalui media *website* adalah merupakan kategori pengungkapan sukarela yang dilakukan oleh perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis keempat yang akan diuji dalam penelitian ini dapat disusun sebagai berikut:

H4 : Terdapat pengaruh positif media *exposure* terhadap pengungkapan CSR.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Desain Penelitian

Desain dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk meneliti faktor-faktor apa saja yang mempengarui pengungkapan CSR pada perusahaan yang tercatat di list indeks LQ45 Bursa Efek Indonesia. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang bersifat induktif, objektif, dan ilmiah dimana data yang diperoleh berupa angka-angka atau pernyataan yang dinilai, dan dianalisis dengan analisis statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang berturut-turut tercatat dalam *list* indeks LQ45 Bursa Efek Indonesia peridoe 2012-2014 sebanyak 74 perusahaan. Indeks LQ45 merupakan indeks yang terdiri dari 45 saham Perusahaan Tercatat yang dipilih berdasarkan pertimbangan likuiditas dan kapitalisasi pasar, dengan kriteria-kriteria yang sudah ditentukan. *Review* dan penggantian saham dilakukan setiap 6 bulan. (http://www.idx.co.id.).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*, yaitu suatu metode pengambilan sampel dengan beberapa kriteria-kriteria tertentu yang bertujuan untuk memperoleh sampel yang representatif. Kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan yang konsisten tercatat di *list* indeks LQ45 Bursa Efek Indonesia (BEI) 2012-2014.
2. Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan yang berakhir 31 Desember 2012 sampai dengan 31 Desember 2014 dan dinyatakan dalam Rupiah (Rp) selama periode pengamatan.
3. Tersedia data laporan keuangan tahunan yang diperlukan dalam penelitian selama periode penelitian, yaitu *size*, *Return On Equity* (ROE), *Current Ratio* (CR).

3.3 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2012) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang objek atau kegiatan yang mempunyai variasi yang tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

3.3.1 Variabel Dependen

Pengertian variabel depeden menurut Sugiyono (2012) variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen (bebas). Variabel dependen atau terikat dalam penelitian ini adalah pengungkapan CSR.

Pengungkapan CSR

Pengungkapan CSR adalah data yang diungkapkan perusahaan berkaitan dengan aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan (Hackston dan Milne, 1996). Sedangkan definisi operasional praktek pengungkapan sosial yang diterapkan dalam penelitian ini adalah banyaknya item-item

pengungkapan sosial yang diungkapkan oleh perusahaan berdasarkan laporan keberlanjutan maupun tahunan yang diterbitkan perusahaan.

Dalam penelitian ini variabel terikat merupakan tingkat pengungkapan CSR pada laporan tahunan dan atau *sutainability reporting* perusahaan. Penelitian ini menggunakan check list dengan pedoman *Global Reporting Initiative* (GRI) generasi ke 4 (G4). Indikator G4 terdiri dari 3 fokus pengungkapan yaitu ekonomi *(economic performance indicator)*, lingkungan *(environment performance indicator)* dan sosial *(social performance indicator)* sebagai dasar *sustainability reporting* yang berjumlah 91 item pengungkapan.

Pendekatan untuk menghitung CSRI pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan (Haniffa *et al*, 2005 dalam Sayekti dan Wondabio, 2007). Selanjutnya, skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan.

Adapun pengukurannya menggunaka rumus :

$$CSRDIj = \frac{\sum Xij}{nj}$$

Keterangan :

$CSRDIj$: CSR Disclosure Index perusahaan j

Xij : Dummy variabel: 1= jika item i di ungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan.

nj : Jumlah item untuk perusahaan j , $nj \leq 91$

3.3.2 Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2012) adalah variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi suatu yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen atau bebas yang diteliti dalam penelitian ini ada anatara lain:

a. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan. Menurut Heckston dan Milne (1996) dari beberapa penelitian, ukuran perusahaan dapat diukur dengan jumlah karyawan, total nilai aset, volume penjualan, atau peringkat indeks. Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat ukuran perusahaan adalah total aktiva. Dalam penelitian ini variabel ukuran perusahaan disajikan dalam bentuk logaritma, karena nilai dan sebarannya yang besar dibandingkan variabel yang lain.

Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus :

Size = log (nilai buku total asset)

b. Profitabilitas

Profitabilitas diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Terdapat beberapa ukuran untuk menentukan profitabilitas perusahaan, yaitu : *return of equity* (Heckston dan Milne, 1996), *return on assets* (Belkaoui dan Karpik, 1989; Heckston dan Milne, 1996), *earning per share* (Sembiring, 2005), *net profit margin* (Anggraeni, 2006). Dalam

penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat ukuran perusahaan ini adalah *Return on Equity* (ROE). ROE dipilih karena merupakan alat yang dapat menggambarkan kemampuan profitabilitas perusahaan (Nurkhin, 2010).

Adapun pengukurannya menggunakan rumus :

$$\text{ROE} = \frac{Laba\ Bersih\ Setelah\ Pajak}{Total\ Ekuitas}$$

c. Likuiditas

Rasio likuiditas merupakan suatu indikator mengenai kemampauan perusahaan membayar semua kewajiban fianansial jangka pendek pada saat jatuh tempo dengan menggunakan aktiva lancar yang tersedia. Riyanto (2008:25) menyatakan bahwa likuiditas adalah masalah yang berhubungan dengan masalah kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban financialnya yang segera harus dipenuhi. Current ratio merupakan perbandingan antara aktiva lancar dan kewajiban lancar dan merupakan ukuran yang paling umum digunakan untuk mengetahui kesanggupan suatu perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya.Adapun pengukurannya menggunakan rumus :

$$\text{Current ratio} = \frac{Current\ Assets}{Current\ Liabilities}$$

d. Pengungkapan Media (***Media exposure***)

Menurut Harmoni (2012), media adalah sumber daya pada informasi lingkungan Pengkomunikasian CSR melalui media akan meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat. Penelitian ini mengukur *media exposure* melalui *website* dengan variabel *dummy*, yaitu

dengan memberikan nilai 1 untuk perusahaan yang mengungkapkan kegiatan CSR di media *website* dan 0 untuk perusahaan yang tidak mengungkapkan kegiatan CSR di media *website*.

3.4 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah panel (*pooled data*), yaitu data yang menggabungkan antara data runtut waktu (*time series)* dan data silang (*cross section*). Jenis data pada penelitian ini menggunakan data sekunder. Data sekunder *(secondary data)* merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya malalui orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2012). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa laporan keuangan tahunan dan keungan perusahaan yang tercatat di *list* indeks LQ45 Bursa Efek Indonesia 2012-2014

3.5 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linear berganda. Sebelum melakukan analisis regresi linear berganda terlebih dahulu dilakukan analisis statistik deskriptif, uji normalitas data dan uji asumsi klasik. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan alat bantu aplikasi software *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 22.

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2012) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Statistik deskripsi memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), nilai minimum, nilai maksimum, nilai *mean*, nilai *range*, nilai standar deviasi yang bertujuan mengetahui distribusi data yang menjadi sampel penelitian.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda perlu dilakukan terlebih dahulu pengujian asumsi klasik. Uji asumsi klasik penting dilakukan untuk menghasilkan estimator yang linier tidak bias dengan varian yang minimum (*Best Linier Unbiased Estimator* = BLUE), yang berarti model regresi tidak mengandung masalah. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi :

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011) Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya apakah mempunyai distribusi normal atau tidak. Selain itu dilakukan untuk mengetahui apakah sampel yang diambil telah memenuhi kriteria sebaran atau distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik harus mempunyai distribusi normal atau mendekati normal.

Untuk menguji apakah distribusi normal atau tidak dapat dilihat melalui normal probability plot dengan membandingkan distribusi kumulatif dan distribusi normal. Data normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan ploting data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data adalah normal, maka garis yang menggambarkan data

sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Selain itu untuk menguji normalitas residual dengan menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogrov-Smirnov* (K-S). Jika hasil *Kolmogrov-Smirnov* menunjukkan nilai signifikan di atas 0,05 maka data residual terdistribusi dengan normal. Sedangkan jika hasil *Kolmogrov-Smirnov* menunjukkan nilai signifikan dibawah 0,05 maka data residual terdistribusi tidak normal (Ghozali, 2011).

b. Uji Multikolinieritas

Ghozali (2011) menyatakan bahwa uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi maka variabel ini tidak ontogonal. Variebel ontogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Untuk mendeteksi terjadi multikolinieritas atau tidak pada suatu model dapat dilihat jika nilai *tolerance value* < 0,10 atau *Variance Inflation Factor* (VIF) > 10 maka terjadi multikolenearitas. Sedangkan jika *tolerance value* > 0,10 atau *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 maka model tersebut tidak terjadi multikolenearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas, bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Jika variance residual satu pengamatan ke

pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki kesamaan variance residual suatu periode pengamatan dengan pengamatan yang lain, atau homokesdastisitas dan tidak terjadi Heteroskedastisitas (Ghozali, 2011).

Uji heteroskedastisitas ini dilakukan dengan analisis grafik dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatter plot* dan Uji *Glejser.* Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatter plot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-*studentized*. 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 di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu , maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Sementara itu dengan menggunakan uji *glejser* dapat dilakukan dengan meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel independen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Jika probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 0,05, maka dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas (Ghozali, 2011).

d. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2011), uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode *t* dengan kesalahan pengganggu pada periode *t-1* (sebelumnya). Jika ada korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.

Pengujian asumsi autokorelasi dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji *Durbin Watson (Durbin-Watson Test)*, yaitu untuk menguji apakah terjadi korelasi serial atau tidak dengan menghitung nilai d statistik. Pengambilan keputusan dari hasil *Durbin Watson (Durbin-Watson Test)* dapat dilihat pada tabel 3.1 berikut :

Tabel 3.1. Keputusan Autokorelasi

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi Positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi Positif	No decision	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada korelasi negative	Tolak	$4- dl \leq d \leq 4$
Tidak ada korelasi negative	No decision	$4- du \leq d \leq 4 – dl$
Tidak ada korelasi, positif atau negative	Tidak ditolak	$du < d < 4-du$

Sumber : Ghozali, 2011

3.5.3 Analisis Regresi Berganda

Metode statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah regresi berganda (*multiple regression*), hal ini sesuai dengan rumusan masalah, tujuan dan hipotesis penelitian ini. Metode regresi berganda menghubungkan

satu variabel dependen dengan beberapa variabel independen dalam suatu model prediktif tunggal. Uji regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, pengungkapan media *(media exposure)* terhadap pengungkapan CSR. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a_o + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Dimana:

Y	= Pengungkapan CSR
ao	= Konstanta
$\beta 1 \ldots \ldots \ldots . \beta 6$	= Koefisien regresi masing-masing variabel independen
$X1$	= Ukuran Perusahaan
$X2$	= Profitabilitas
$X3$	= Likuiditas
$X4$	= Pengungkapan Media *(Media exposure)*
e	= *Error term,* yaitu tingkat kesalahan dalam penelitian

3.5.4 Uji Hipotesis

a. Uji Statistik t

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Apabila dari setiap variabel diketahui bahwa signifikansi t < 0,05 maka akan menolak Ho dan menerima Ha, artinya variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya apabila signifikansi t > 0,05 maka akan menerima Ho dan menolak Ha, artinya bahwa variabel independen secara

parsial tidak berpengaruh terhadap variabel independen. Selain dengan melihat tingkat signifikansi, uji t dapat dilihat dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Jika t hitung > t tabel maka variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011).

b. Uji Koefisien Determinasi R^2

Koefisien determinasi bertujuan untuk menguji tingkat keeratan atau keterikatan antarvariabel dependen dan variabel independen yang bisa dilihat dari besarnya nilai koefisien determinasi (*adjusted R-square*). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2011).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian

Objek Penelitian dalam skripsi ini adalah perusahaan yang tercatat di *list* indeks LQ45 di Bursa Efek Indonesia tahun 2012- 2014 yang telah mengeluarkan laporan keuangan tahunan. Pada periode tersebut terdapat total 74 perusahaan yang terdaftar di list indeks LQ45. Berdasarkan kriteria ,sebanyak 42 perusahaan yang tidak konsisten terdaftar di Indeks LQ45 selama periode tersebut. Berikut daftar perusahaan yang tercatat di Indeks LQ45 per 2012-2014 dapat dilihat pada lampiran 2. Dan sebanyak 7 perusahaan tidak tersedia data yang laporan keuangan yang dibutuhkan dalam penelitian selama periode 2012-2014. Data sampel penelitian selengkapnya dapat dilihat dalam lampiran 2. Berikut daftar pemilihan sampel penelitian dapat dilihat dalam tabel 4.1 berikut :

Tabel 4.1
Pemilihan Sampel

Kriteria	Tidak Masuk Kriteria	Jumlah
Perusahaan yang tercatatr di list indeks LQ45 Bursa Efek Indonesia 2012-2014		74
Perusahaan yang konsisten tercatat di list indeks LQ45 Bursa Efek Indonesia 2012-2014	(46)	28
Laporan keuangan dinyatakan dalam rupiah (Rp) selama periode pengamatan	(3)	25
Tersedia data laporan keuangan tahunan yang diperlukan dalam penelitian selama periode pengamatan	(4)	21

Jumlah perusahaan yang menjadi sampel penelitian		21
Jumlah tahun penelitian		3
Jumlah data penelitian		63

Berdasarkan kriteria yang menjadi sampel adalah sebanyak 21 perusahaan. Dengan menggunakan metode penggabungan data (*pooling*) maka diperoleh data penelitian sebanyak 3 x 21 = 63 data observasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan perusahaan yang tercatat di *list* indeks LQ45 periode tahun 2012-2014.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Statistik Deskriptif

a. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dari data yang diambil untuk penelitian ini adalah sebanyak 63 data pengamatan. Deskripsi variabel dalam statisitk deskriptif yang digunakan pada penelitian ini yaitu nilai minimum, maksimum, mean, dan standar deviasi dari variabel dependen yaitu Pengungkapan CSR dan variabel independen yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas. Distribusi statistik deskriptif untuk masing-masing variabel terdapat pada tabel 4.2 berikut :

Tabel 4.2
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR Disclosure	63	,02	,56	,2398	,12717
Ukuran Perusahaan	63	12,15	14,93	13,6025	,62176
Profitabilitas	63	-,06	1,26	,2410	,23408
Likuiditas	63	,08	6,15	1,8610	1,52752
Valid N (listwise)	63				

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2015

Penjelasan dari hasil analisis deskriptif statistik masing-masing variabel di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) **Pengungkapan CSR (CSRDI)**

Pengungkapan CSR diukur dengan membandingkan jumlah item CSR yang diungkapakan perusahaan terhadap jumlah item pengungkapan. Dari tabel 4.2 dapat dilihat bahwa nilai rata-rata menunjukkan 0,2398 kali dengan standar deviasi 0,12717 dari rata-rata. Hal ini berarti bahwa rata-rata perusahaan sampel memiliki jumlah item CSR yang diungkapkan sebesar 0,2555 kali dari total item pengungkapan yang harus diungkapkan perusahaan. Nilai pengungkapan CSR terendah adalah sebesar 0,02 yang dimiliki oleh perusahaan yang bergerak dibidang properti yaitu Alam Sutera Realty Tbk pada tahun 2012, sedangkan pengungkapan CSR tertinggi dimiliki oleh Astra Agro Lestari Tbk pada tahun 2014 sebesar 0,56.

2) **Ukuran Perusahaan (*SIZE*)**

Ukuran perusahaan (*size*) dilihat dari log (total aset) perusahaan. Dari tabel 4.2 dapat dilihat bahwa angka Ukuran perusahaan (*size*) terendah adalah sebesar 12,14 yang dimiliki oleh Unilever tbk pada tahun 2014. Sebaliknya Ukuran perusahaan (*size*) tertinggi dimiliki oleh Bank Mandiri pada tahun 2014 sebesar 14,93. Dari tabel tersebut dapat dilihat juga nilai rata-rata mencapai 13,6025 dengan standar deviasi 0,62176 dari rata-rata.

3) **Profitabilitas (*ROE*)**

Profitabilitas ROE di lihat dari nilai labar bersih setelah pajak terhadap total ekuitas. Dari tabel 4.2 dapat dilihat bahwa angka profitabilitas

terendah dimiliki oleh XL Axiata Tbk pada tahun 2014 adalah sebesar -0,06. Artinya pada tahun 2014 XL Axiata Tbk mendapatkan laba negatif hingga mencapai 6%. Sedangkan profitabilitas tertinggi dimiliki oleh Unilever Tbk pada tahun 2013 sebesar 1,26. Artinya pada tahun 2013 Unilever Tbk memperoleh laba hingga mencapai lebih dari 120%. Dari tabel tersebut dapat dilihat juga nilai rata-rata mencapai 0,2410 dengan standar deviasi 0,23408 dari rata-rata. Hal ini berarti bahwa perusahaan sampel rata-rata mampu mendapatkan laba sebesar 190% dari pendapatan yang diperoleh dalam satu periode. Artinya rata-rata perusahaan sampel merupakan perusahaan yang profitable.

4) Likuiditas (*CR*)

Likuiditas dilihat dari rasio aktiva lancar terhadap utang lancar perusahaan. Dari tabel 4.2 dapat dilihat bahwa angka likuditas terendah adalah sebesar 0,08 yang dimiliki oleh Bank Negara Indonesia Tbk pada tahun 2014. Sebaliknya likuiditas tertinggi dimiliki oleh Indocement Tunggal Prakasa Tbk pada tahun 2013 sebesar 6,15. Dari tabel tersebut dapat dilihat juga nilai rata-rata mencapai 1,8610 dengan standar deviasi 1,52752 dari rata-rata. Artinya rata-rata perusahaan sampel memiliki total aktiva lancar 190,4537 kali lebih banyak dari utang lancarnya yang berarti rata-rata perusahaan sampel adalah likuid.

b. Analisis Deskriptif Variabel Dummy (X4)

Analisis Deskriptif untuk variabel ME (dummy variabel) dapat dengan melihat tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4.3
Pengungkapan media

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	22	34,9	34,9	34,9
	1	41	65,1	65,1	100,0
	Total	63	100,0	100,0	

Sumber : Data Sekunder yang diolah, 2015

Dapat dilihat pada tabel 4.3 bahwa angka valid 0 menunjukkan bahwa angka frequency sebesar 22 dengan nilai percent sebanyak 34,9. Hal ini berarti sebanyak 22 perusahaan tidak mengungkapkan CSR nya melalui media web, dengan perbandingan 34,9% dari total keseluruhan perusahaan. Dan angka valid 1 menunjukkan frequency sebesar 41 dengan nilai percent sebanyak 65,1. Hal ini berarti sebanyak 41 perusahaan mengungkapkan CSR nya memalui media web, dengan perbandingan 65,1% dari total keseluruhan perusahaan.

4.2.2. Pengujian Asumsi Klasik

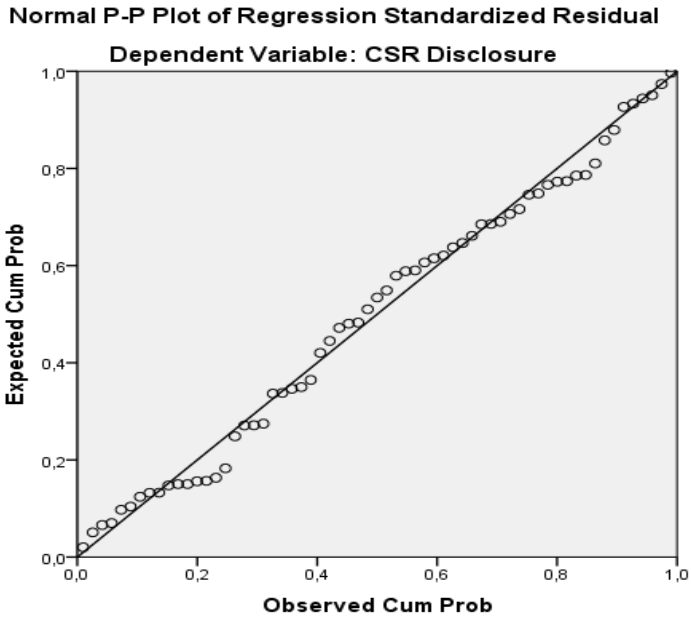
Sebelum dilakukan uji regresi terlebih dahulu melakukan pengujian asumsi klasik. Uji asumsi klasik adalah uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

1) Analisis Grafik

Pada dasarnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal pada grafik. Apabila data menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas begitu pula sebaliknya.



Gambar 4.1. Uji Normalitas

Hasil pengujian normalitas telah menunjukkan residual telah mendeteksi garis diagonal (garis normal), terlihat bahwa titik-titik observasi data telah tersebar di sekitar garis lurus, sehingga asumsi normalitas residual pada data terpenuhi.

2) Uji statistik

Uji normalitas dengan grafik bila tidak berhati-hati dalam mengamati grafik dapat menyesatkan sehingga dianjurkan selain menggunakan uji grafik dilengkapi dengan uji statistik. Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas variabel dependen dan variabel independen adalah uji statistik Kolgomorov-Smimov (K-S). Jadi residual berdistribusi secara normal. Hasil uji Kolgomorov-Smimov (K-S) dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut :

Tabel 4.4
Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		63
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,10854795
Most Extreme Differences	Absolute	,083
	Positive	,083
	Negative	-,058
Test Statistic		,083
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200[c,d]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data Sekunder yang diolah, 2015

Hasil pengujian normalitas residual menunjukkan sudah berdistribusi normal yang ditunjukkan niai signifikansi pengujian Kolmogorov Smirnov yaitu 0,200 yang lebih besar dari 0,05. Jadi residual berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi koreksi antara variabel bebas. Metode untuk melihat adanya multikolinearitas dapat dilakukan dengan uji *variance inflation* faktor (VIF) yang dihitung dengan VIF=1/ *tolerence*. Jika VIF lebih kecil dari 10 dan nilai *tolerence* di atas 0,1, maka antar variabel bebas atau variabel independen tidak terjadi persoalan multikolinearitas. Nilai tolerence dan *variance inflation* faktor (VIF) yang terdapat pada masing-masing variabel independen pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.5. Berikut :

Tabel 4.5
Pengujian Multikolonieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Ukuran Perusahaan	,840	1,190
	Profitabilitas	,854	1,172
	Likuiditas	,898	1,113
	Media *exposure*	,966	1,035

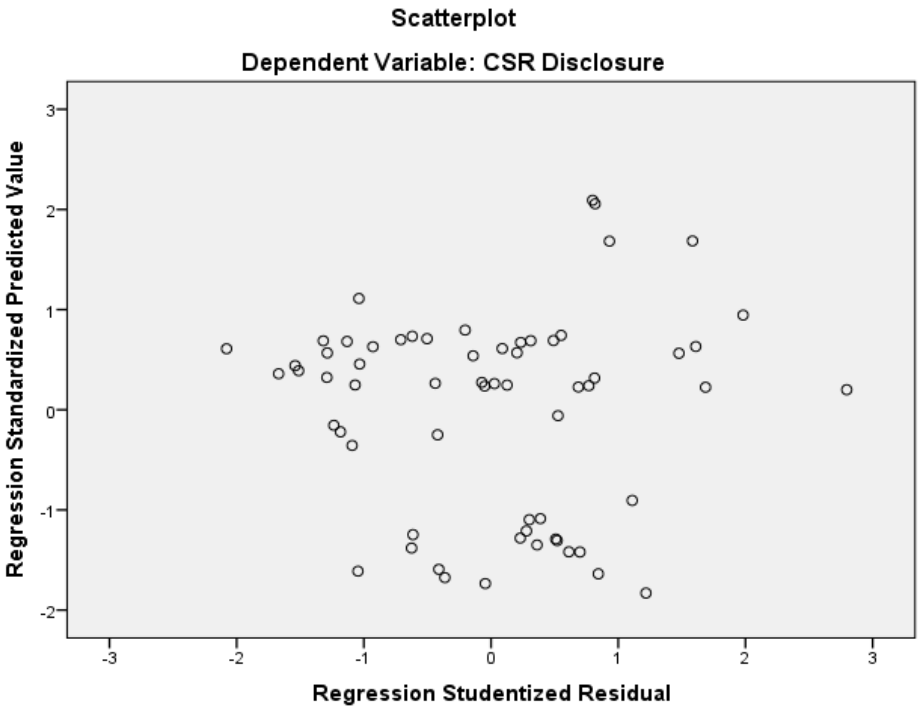
a. Dependent Variable: CSR *Disclosure*

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2015

Dari tabel 4.5 diperoleh bahwa semua variabel independen memiliki nilai tolerance di atas 0,1. Dari hasil tersebut juga dapat diketahui bahwa semua variabel independen memiliki nilai VIF yang rendah berada dibawah angka 10. Dengan demikian dapat simpulkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika varians tersebut berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara menguji ada tidaknya heteroskedastisitas, yaitu dengan menggunakan scatterplot. Scatterplot dilakukan dengan melihat grafik antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID).



Gambar 4.2 Pengujian Heteroskedastisitas

Dari gambar 4.2 tersebut diperoleh bahwa Scatterplot terlihat titik-titik menyebar secara acak dengan tidak membentuk pola yang jelas dan

tersebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Selain menggunakan scatterplot untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji Glejser. Hasil uji Geljser dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6
Uji Glejser

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,432	,190		2,272	,027
	Ukuran Perusahaan	-,027	,013	-,265	-1,995	,051
	Profitabilitas	-,033	,036	-,122	-,929	,357
	Likuiditas	,004	,005	,107	,830	,410
	Media exposure	,032	,016	,245	1,975	,053

a. Dependent Variable: ABSUT

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2015

Dari tabel 4.6 uji glejser di atas menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai signifkansi di atas 0,05. Dengan demikian diperoleh kesimpulan bahwa tidak adanya masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada hubungan antara residual pada periode t dengan residual periode t-1 (sebelumnya). Jika terdapat hubungan atau korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi

yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Cara yang dapat digunakan untuk menguji ada atau tidaknya autokorelasi adalah uji Durbin Watson (DW). Berdasarkan output SPSS, hasil uji autokorelasi dapat ditunjukkan pada tabel 4.7 berikut :

Tabel 4.7
Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,521[a]	,271	,221	,11223	1,770

a. Predictors: (Constant), *Media exposure*, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Profitabilitas

b. Dependent Variable: CSR Disclosure

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2015

Dari tabel 4.7 di atas nilai Durbin-Watson yang ditunjukkan sebesar 1,770. Berdasarkan tabel DW dengan level signifikansi 0,05, jumlah variabel independen k=4, dan banyaknya data n=63 dapat diperoleh nilai du(batas dalam) = 1,730 dan dl (batas luar) = 1,461. Dengan demikian diperoleh bahwa nilai DW = 1,770 berada diantara du dan 4- du = 1,730 < 1,770 < 2,270. Maka dari hasil perhitungan dapat disimpulkan bahwa DW-tes terletak pada daerah non autokorelation artinya dalam model tidak terdapat autokorelasi.

4.2.3. Analisis Regresi Berganda

Uji regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, pengungkapan media *(media exposure)* terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan output SPSS, hasil uji analisis regresi berganda dapat ditunjukkan pada tabel 4.8 berikut:

Tabel 4.8
Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,062	,353		-,176	,861
	Ukuran Perusahaan	,012	,025	,060	,488	,628
	Profitabilitas	,034	,066	,063	,517	,607
	Likuiditas	,022	,010	,266	2,252	,028
	Media exposure	,133	,030	,503	4,409	,000

a. Dependent Variable: CSR Disclosure

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2015

$$CSRDIj = -0{,}062 + 0{,}012\ SIZE + 0{,}034\ ROE + 0{,}022\ CR + 0{,}133\ ME\ + e$$

1. Konstansta a sebesar -0,062 menyatakan bahwa jika X_1, X_2, X_3, X_4 adalah 0, maka indeks pengungkapan sosial adalah -0,062.
2. Koefesien regresi untuk ukuran perusahaan (β_1) sebesar 0,012 menyatakan bahwa setiap penambahan Rp 1.000.000.000 asset perusahaan yang terdaftar di list indeks LQ45 tidak akan menambah indeks pengungkapan tanggung jawab sosial sebesar 0,012, dalam hal ini faktor lain yang mempengaruhi dianggap konstan.

3. Koefisien regresi untuk rasio profitabilitas (β_2) sebesar 0,034 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% ROE oleh perusahaan akan menambah indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebesar 0,034, dalam hal ini faktor lain yang mempengaruhi dianggap konstan.
4. Koefisien regresi untuk rasio likuiditas (β_3) sebesar 0,022 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% CR oleh perusahaan akan menambah indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebesar 0,022, dalam hal ini faktor lain yang mempengaruhi dianggap konstan.
5. Koefisien regresi untuk rasio *media exposure* (β_3) sebesar 0,133 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 pengungkapan media oleh perusahaan akan menambah indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebesar 0,133, dalam hal ini faktor lain yang mempengaruhi dianggap konstan.

4.2.4. Uji Hipotesis

a. Uji Statistik t (Parsial)

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen dan digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen yang diuji. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut :

Dalam tabel 4.8 menunjukkan bahwa variabel independen yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, *media exposure*, dan variabel dependen

Corporate Social Responsibility Disclosure memiliki koefisien dengan arah positif.

Pengujian Hipotesis 1

H1 : Terdapat pengaruh positif antara ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada tabel 4.10 dapat diketahui bahwa ukuran perusahaan memiliki t hitung sebesar 0,488 dan nilai signifikansi 0,628 yang lebih dari 0,05. Apabila signifikansi t > 0,05 maka akan menerima Ho dan menolak Ha, artinya bahwa variabel ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel pengungkapan CSR.

Pengujian Hipotesis 2

H2 : Terdapat pengaruh positif antara profitabilitas terhadap pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada tabel 4.10 dapat diketahui bahwa profitabilitas memiliki t hitung sebesar 0,517 dan nilai signifikansi 0,607 yang lebih dari 0,05. Apabila signifikansi t > 0,05 maka akan menerima Ho dan menolak Ha, artinya bahwa variabel profitabilitas secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel pengungkapan CSR.

Pengujian Hipotesis 3

H3 : Terdapat pengaruh positif antara likuiditas terhadap pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada tabel 4.10 dapat diketahui bahwa likuiditas memiliki t hitung sebesar 2,252 dan nilai signifikansi 0,028

yang kurang dari 0,05. Apabila diketahui bahwa signifikansi t < 0,05 maka akan menolak Ho dan menerima Ha, artinya variabel likuiditas secara parsial berpengaruh terhadap variabel pengungkapan CSR. Sehingga dapat disimpulkan bahwa likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Arah koefesien regresi bertanda positif. Hal ini berarti bahwa peningkatan likuiditas akan meningkatkan pengungkapan CSR.

Pengujian Hipotesis 4

H4 : Terdapat pengaruh positif antara *media exposure* terhadap pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada tabel 4.10 dapat diketahui bahwa *media exposure* memiliki t hitung sebesar 4,409 dan nilai signifikansi 0,000 yang kurang dari 0,05. Apabila diketahui bahwa signifikansi t < 0,05 maka akan menolak Ho dan menerima Ha, artinya variabel *media exposure* secara parsial berpengaruh terhadap variabel pengungkapan CSR.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk menguji tingkat keeratan atau keterikatan antar variabel dependen dan variabel independen yang bisa dilihat dari besarnya nilai koefisien determinasi (*adjusted R-square*). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Nilai Adjusted R2 untuk mengevaluasi model

regresi karena Adjusted R2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model. Hasil pengujian koefesien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut :

Tabel 4.9 Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,521[a]	,271	,221	,11223

a. Predictors: (Constant), *Media exposure*, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Profitabilitas

b. Dependent Variable: *Corporate Social Responsibility* Disclosure

Pada tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa koefesien determinasi yang ditunjukkan dari nilai adjusted R2 sebesar 0,221, yang artinya bahwa 22 % variabel dependen dapat dijelaskan oleh empat variabel independen yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, dan *media exposure*, sedangkan sisanya 78 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian.

4.3. Pembahasan

Penelitian ini menguji faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas dan *media exposure*. Penjelasan dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

4.3.1. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil pengujian pada hipotesis pertama, menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal tersebut **menolak** hipotesis yang diajukan dimana ukuran perusahaan

berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Yang artinya semakin besar ukuran perusahaan, pengungkapan sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan tidak selalu semakin besar. Hal ini mengindikasikan bahwa untuk mendapat legitimasi, perusahaan besar tidak hanya selalu melakukan aktivitas sosial dan lingkungan lebih banyak agar mempunyai pengaruh pada pihak-pihak internal maupun eksternal perusahaan.

Argumen lain, menyatakan bahwa luasnya pengungkapan CSR tidak dipengaruhi oleh seberapa besarnya ukuran perusahaan tersebut. Namun lebih kepada kesadaran dari perusahaan tersebut untuk melakukan pengungkapan CSR secara luas. Pendapat lain juga mengatakan bahwa, perusahaan besar tidak merasa untuk berkewajiban dalam mengungkapkan CSR nya lebih luas. Karena perusahaan besar selalu menjadi sorotan utama masyarakat, jadi setiap aktifitas sekecil apapun yang dilakukan perusahaan tersebut akan diketahui oleh masyarakat luas. Sehingga mereka cenderung tidak melakukan pengungkapan CSR nya secara lebih luas di banding dengan perusahaan kecil.

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang dinilai dengan log (total aset) tidak memiliki pengaruh yang signifikan, berarti hasil penelitian ini tidak didukung atau bertentangan hasil penelitian yang dilakukan Nurkhin (2010), Kristi (2013), dan Giannarakis (2013) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan.

4.3.2. Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil pengujian pada hipotesis kedua, menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengunkapan CSR. Hasil penelitian **menolak** hipotesis yang diajukan, menunjukkan bahwa perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi belum tentu lebih banyak melakukan aktivitas sosial dan lingkungan karena mereka menganggap masyarakat eksternal kurang memperhatikan kondisi lingkungan akibat kegiatan operasi perusahaan.

Hasil penelitian ini menolak teori awal bahwa perusahaan dengan profitbalitas tinggi akan mengungkapkan informasi sosial lebih banyak. Perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi belum tentu lebih banyak melakukan aktivitas sosial karena perusahaan lebih berorientasi pada laba semata. Manajemen lebih tertarik untuk memfokuskan pengungkapan informasi keuangan saja dan menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan seperti corporate social (Sembiring, 2005).

Argumentasi lain menyatakan bahwa perusahaan melakukan pengungkapan CSR hanya digunakan sebagai alat untuk membangun reputasi perusahaan. Jadi ketika profitabilitas tinggi perusahaan merasa tidak perlu melakukan pengungkapan kegiatan lingkungan yang luas , namun ketika kinerja keuangan sedang memburuk perusahaan merasa perlu untuk membangun *image* perusahaan untuk menarik investor luar yaitu dengan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial secara luas.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi belum tentu pengungkapan CSRnya semakin tinggi juga. Argumen bahwa tingginya profit perusahaan akan memberikan dana yang cukup untuk melakukan pengungkapan CSR secara luas tidak terbukti. Sehingga tinggi rendahnya profitabilitas tidak mempengaruhi pengungkapan CSR perusahaan.

Hasil ini tidak sesuai dengan teori *stakeholder* karena keingingan *stakeholder* agar perusahaan melakukan pengungkapan CSR secara luas tidak terpenuhi, meskipun perusahaan sedang dalam keadaan yang baik atau profitable. Dan hal ini juga tidak mendukung teori legitimiasi bahwa profitablitas tinggi tidak membuat perusahaan untuk lebih melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya yang sebagai cara untuk menyakinkan manyarakat bahwa perusahaan telah berjalan sesuai dengan norma dan sosial masyarakat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas yang dinilai dengan ROE (*Return On Equity*) tidak memiliki pengaruh yang signifikan, berarti hasil penelitian ini tidak didukung atau bertentangan hasil penelitian yang dilakukan Roberts (1992), Nurkhin (2010) , Herusetya dan Kamil (2012), Lucyanda dan Saigan (2012) yang menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan.

4.3.3. Pengaruh Likuiditas Terhadap Pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang ketiga, menyatakan bahwa variabel likuiditas berpengaruh positif dengan signifikansi 0,028 < 0,05. Hasil penelitian **menerima hipotesis** yang diajukan yaitu likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori legistimasi yang berkeyakinan bahwa kekuatan perusahaan yang ditunjukan rasio likuiditas tinggi akan berhubungan dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang tinggi. Hal ini didasarkan bahwa kuatnya keuangan suatu perusahaan akan cenderung memberikan informasi yang luas dari pada perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang lemah.

Sesuai dengan Hasil penelitian Cooke, T.E (1992) menunjukan bahwa kesehatan perusahaan yang ditunjukan dalam rasio likuiditas yang tinggi diharapkan berhubungan dengan pengungkapan yang lebih luas. Hal ini didasarkan bahwa perusahaan yang secara keuangan sehat, kemungkinan akan lebih banyak mengungkapkan informasi dibanding dengan perusahaan yang likuiditasnya rendah. Dan dengan melakukan pengungkapan CSR diharapkan dapat semakin meningkatkan kinerja perusahaan.

Hal ini berarti, semakin tinggi likuiditas perusahaan, maka semakin tinggi pula keinginan perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR. Rahajeng (2010) menyebutkan bahwa rasio likuiditas berpengaruh pada luas pengungkapan sukarela. Karena kondisi perusahaan didasarkan pada alasan bahwa bagi perusahaan yang memiliki likuiditas baik, menunjukan memiliki

struktur finansial yang baik pula. Kondisi likuiditas yang baik juga menunjukkan validitas kinerja yang baik pula apabila diketahui oleh publik. Maka untuk menunjukkan validitas kinerja yang baik pada perusahaan salah satunya bisa dengan melakukan pengungkapan CSR.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa likuditas yang dinilai dengan CR (Current Ratio) memiliki pengaruh yang signifikan, berarti hasil penelitian ini mendukung atau sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan Syahrir dan Suhendra (2010), Herusetya dan Kamil (2012) yang menemukan bahwa likuiditas berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan.

4.3.4. Pengaruh *media exposure* terhadap pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang keempat menyatakan bahwa variabel *media exposure* yang dihitung menggunakan dummy 0 dan 1 berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR dengan nilai signifikansi 0,00 < 0,05. Hasil pengujian tersebut **menerima** hipotesis yang diajukan yaitu *media exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori legitimasi dimana 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 (Patten, 2002b dalam Reverte, 2008).

Menurut Simon (1992) dalam Reverte (2008), media adalah sumber daya pada informasi lingkungan. Media tidak hanya memainkan peran pasif pada bentuk norma institusi, akan tetapi juga berperan aktif dengan memberikan riwayat pelaporan dan menyusunnya untuk menggambarkan nilai dari suatu perusahaan. Dengan demikian, secara tidak langsung media juga mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan melalui media *website* adalah merupakan kategori pengungkapan sukarela yang dilakukan oleh perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan media yang dinilai dengan ME (*Media exposure*) memiliki pengaruh yang signifikan, berarti hasil penelitian ini mendukung atau sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan Kristi (2013), Reverte (2009) dan Yao *et., al.* (2011) yang menemukan bahwa pengungkapan media berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan penelitian ini sebagai berikut :

1. Variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal ini berarti bahwa luasnya pengungkapan CSR tidak dipengaruhi oleh seberapa besarnya ukuran perusahaan tersebut.
2. Variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hasil ini berarti bahwa profitabilitas yang tinggi belum tentu pengungkapan CSRnya tinggi juga.
3. Variabel likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini berarti bahwa perusahaan yang likuid akan cenderung lebih banyak melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dibandingkan dengan perusahaan yang illikuid.
4. Dari hasil analisis data secara parsial diperoleh bahwa variabel pengungkapan media berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini berarti bahwa *media exposure* tidak hanya memainkan peran pasif pada bentuk norma institusi, akan tetapi juga berperan aktif dengan memberikan riwayat pelaporan dan menyusunnya untuk menggambarkan nilai dari suatu perusahaan khususnya tentang pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan.

5. Nilai *adjusted* R^2 adalah sebesar 0,221, yang artinya bahwa 22,1 % variabel dependen dapat dijelaskan oleh empat variabel independen yaitu ukuran perusahaan, profotabilitas, likuiditas, dan *media exposure*, sedangkan sisanya 77,9 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Menurut peneliti sebaiknya dalam mengukur variabel *media exposure* menggunakan pengukuran yang lebih baik lagi selain menggunakan dummy. Seperti penggunaan indeks dalam pengukuran pengungkapan CSR.
2. Dalam penelitian ini hanya mengambil jangka waktu selama tiga tahun, peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan periode penelitian yang lebih panjang untuk mengetahui konsistensi dari pengaruh variabel-variabel independen tersebut terhadap pengungkapan CSR.
3. Bagi manajemen perusahaan, manajer perusahaan-perusahaan yang tercatat di indeks LQ45 sebaiknya lebih memperhatikan kebijakan mereka untuk melakukan pengungkapan CSR secara luas. Karena perusahaan yang tercatat di indeks LQ45 adalah perusahaan-perusahaan besar dan disorot oleh pihak eksternal secara luas. Perusahaan harus lebih memperhatikan kontribusi mereka terhadap masyarakat secara menyeluruh karena hal itu akan sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, N.N.N., dan M. Sulaiman. 2004. "Environmental Disclosures in Malaysian Annual Reports: A Legitimacy Theory Perspective". Dalam *International Journal of Commerce and Management,* Volume 14 No. 1. Hal 44-58.

Anggraini, Retno. 2006. " Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta)". Makalah disajikan Simposium Nasional Akuntansi 9, Padang, 23-26 Agustus.

Belkaoui, A. dan P. G. Karpik. 1989. "Determinants of the Corporate Decision to Disclose Social Information". Dalam *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Volume 2 No. 1. Hal 36-51.

Ghozali, I. dan A. Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP

Daniri, A. 2008. *Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Bag I)* http://madani-ri.com/web/?p=163. (12 April 2015)

Deegan, C. 2002. " Introduction the Legitimising Efect of Social and Environmental Disclosure – a Theoritical Foundation". Dalam *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Volume 15. No. 3 Hal 282-311.

Freeman, R. E. 2010. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. New York: Cambridge University Press.

Freeman, R.E. dan J. McVea. 2001. *A Stakeholder Approach to Strategic Management*. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=263511. SSRN. (20 Mei 2015)

Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Giannarakis, Grigoris. 2013."The Dterminants Influencing The Extent of CSR Disclosure". Dalam *International Journal of Law and Management*. Volume 56 No. 5. Hal 393-414.

Gray, R. Kouhy dan S. Lavers. 1995. "Corporate Social and Environmental Reporting: A Review of the Literature and Longitudinal Study of UK Disclosure". Dalam *Accounting Auditing, and Accountability Journal*, Volume 8. No. 2. Hal 47-77.

Hannifa, R.M., dan Cooke, T.E. 2005. “The impact of culture and governance on corporate social reporting”. Dalam *Journal of accounting and public policy*. Volume 24 No. 5. Hal 391-430.

Hackston, D., & Milne, M. J. 1996. ”Some Determinant Of Social And Environment Disclosures In New Zealand Company”. Dalam *Accounting, Audit, and Accountability Journal*. Volume 9 No. 1. Hal 77-108.

Harmoni, A., dkk. 2012. “Faktor Kontekstual Dalam Pemanfaatan Web Sebagai Media Komunikasi CSR Oleh Perusahaan”. *Makalah* disajikan dalam Konferensi Nasional Sistem Informasi, STMIK - STIKOM Bali, 23-25 Februari.

Heinze, D.C. 1976. “Financial Correlates of a Social Involvemnet Measure”, dalam Akrom Business and Economic Review. Volume 7 No. 1. Hal 58-51.

Herusetya, dan Ahmad Kamil. 2012. “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Kegiatan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*”. Dalam *Media Riset Akuntansi.* Volume 2 No. 1.

Hasibuan, M.R. 2001. “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) Dalam Laporan Tahunan 76 Emiten di BEJ dan BES”. Tesis. Semarang: Program Pascasarjana Magister Akuntansi UNDIP.

Ikatan Akuntansi Indonesia. *2013. Pernyataan Standar Akutansi Keuangan Nomor 1 Paragraf 9*.

Jose, A. dan Shang-Mei L. 2006. “Environmental Reporting of Global Corporations : A Content Analysis based on Website Disclosure”. Dalam *Journal of Business Ethics*. Volume 72. Hal. 307-321.

Indira, J. dan D. Apriyanti. 2005. “Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Kinaerja Keuangan”. Dalam *Jurnal Maksi*. Volume 5 No. 2. Hal 227-243 Semarang: Universitas Diponegoro.

Khan, M.H.U.Z. 2010. “ The Effect of Corporate Governance Elements on Corporate Social Responsibility (CSR) Reporting: Empirical evidence from Private Commercial banks of Bangladesh”. Dalam *International Journal of law and Management.* Volume 5 No 2. Hal 82-109.

Kolk, A. 2005. *“*Environmental Reporting by Multinationals From the Triad: Convergance of Divergance?*”.* Dalam *Management International Review*. Volume 45 No. 1. Hal 145-166.

Kotler, Philip and Nancy Lee. 2005. *Corporate Social Responsibility*. New Jersey: John Wiley and Sons, Inc.

Kristi, Agatha Aprinda. 2012. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Publik". Malang: Universitas Brawijaya.

Lucyanda, Jurica dan Lady Gracia Prilia Saigan. 2012. "The Influence of Company Characteristics Toward Corporate Social Responsibility Disclosure". *Makalah* disajikan dalam The 2012 International Conference on Business and Management, Phuket, Thailand, 6 – 7 September.

Nurkhin, Ahmad. 2010. "Corporate Governance dan Profitabilitas, Pengaruhnya Terhadap Pengungkapan CSR Sosial Perusahaan". Dalam *Jurnal Dinamika Akuntansi*. Volume 2 No. 1. Hal 46-55.

Nur, Marzully dan Danies Priantinah. 2012. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapancorporate Social Responsibility Di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Berkategori High Profile Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia)". Dalam Jurnal Nominal. Volume 1 No. 1. Hal 22-34.

Mathews, M.R. 1995. *"*Social and Environmental Accounting: a Practical Demonstration of Ethical Concern?*"*. Dalam *Journal of Bussines Ethic*s. Volume 14 No. 8. Hal 663-671.

Rahajeng, R.G. 2010. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) dalam Laporan Tahunan Perusahaan". Dalam *Jurnal*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Rahman, Arief dan Kurnia Nur Widyasari. 2008. "The Analysis of Company Characteristic influence toward CSR Disclosure: Empirical Evidence of Manufacturing Companies Listed in JSX". Dalam *JAAI.* Volume 12 No. 1. Hal 25-35.

Reverte, C. 2008. *"*Determinants of *Corporate Social Responsibility* Disclosure Ratings by Spanish Listed Firms*"*. Dalam *Journal of Business Ethics*. No. 88. Hal 351-366.

Riyanto, Bambang, 2008. *Dasar-dasar Pembelajaran Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE.

Roberts, R.W. 1992. "Determinants Of Corporate Social Responsibility Disclosure: An Application Of Stakeholder Theory". Dalam *Accounting, Organisations and Society*. Volume 17 No. 6. Hal. 595-612.

Sayekti dan Wondabio. 2007. "Pengaruh CSR Disclosure Terhadap Earnings Response Coefficient". *Makalah* disajikan dalam Simposium Nasional Akuntansi 10, UNHAS Makassar, 26-28 Juli.

Sari, R.A. 2012. “Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* Disclosure pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”. Dalam *Jurnal Nominal.* Volume 1 No.1 Hal 124-140.

Sembiring, Eddy Rismanda. 2003. “Kinerja Keuangan, Political Visibility, Ketergantungan Pada Hutang, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan”. *Makalah* disajikan dalam Imposium Akuntansi ke 6, Surabaya, 16- 17 Oktober.

Suaryana, Agung dan Febriana. 2010. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia”. Dalam *Jurnal*. Badung: Universitas Udayana.

Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif dan R&B. Bandung: Alfabeta.

Sutomo, I. 2004. “Pengaruh Rasio Likuiditas, Solvabilitas, Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Sukarela pada Laporan Tahunan. *Tesis.*Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

Syahrir, R.K. dan Suhendra. 2010. The Effect of Company Characteristic to Disclosure Fittings of Miscellanous Industry Sector Annual Report Which is Registered in IDX. *Tesis.* Magister Akuntansi Universitas Gunadarma.

Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Untung, Hendrik Budi. 2008. *Corporate Social Responsibility.* Jakarta : Sinar Grafika.

Utama, S. 2007. “Evaluasi Infrastruktur Pendukung Pelaporan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan di Indonesia”. Makalah disajikan dalam pengukuhan guru besar tetap pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Indonesia, Jakarta.

Wineberg, Danette dan Phillip H. Rudolph. 2004. "*Corporate Social Responsibility* - What Every In House Counsel Should Know", dalam ACC Docket. Volume 22 No. 5. Hal 60-72.

Yao, S., Wang, J., dan Song, L. 2011. “Determinants of Social Responsibility Disclosure by Chinesse Firms”. Dalam *The Journal of Applied Business Research.* Volume 29 No. 6. Hal 1833-1848.

Yuliani, Rahma. 2003. *“Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Praktek pengungkapan Sosial dan Lingkungan di Indonesia”.* Tesis. Semarang: Program Pascasarjana Magister Akuntansi Undip.

Zeff, S. A. 1999. “The Evolution of The Conceptual Framework for Business Enterprises in The United States”. Dalam jurnal *Accounting Historians Journal*. Volume 26 No. 2. Hal 89-131.

LAMPIRAN 1

Daftar Populasi Perusahaan LQ45

NO	Kode	Feb - Juli 12	Agust 12-Jan 13	Feb-Juli 13	Agust 13-Jan 14	Feb-Juli 14	Agust 14-Jan 15	Konsisten
1	AALI	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2	ADHI	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3	ADRO					✓	✓	
4	AKRA	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5	ANTM	✓	✓	✓			✓	
6	ASII	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
7	ASRI	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
8	BBCA	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
9	BBNI	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
10	BBRI	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
11	BBTN	✓		✓	✓		✓	
12	BDMN	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
13	BHIT		✓	✓	✓			
14	BJBR	✓	✓					
15	BKSL		✓	✓	✓	✓		
16	BMRI	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
17	BMTR			✓	✓	✓	✓	
18	BNBR							
19	BORN	✓	✓					
20	BSDE		✓	✓	✓	✓	✓	
21	BUMI	✓	✓	✓	✓			
22	BWPT		✓	✓	✓			
23	CPIN	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
24	CTRA					✓	✓	
25	DOID	✓						
26	ELTY	✓	✓					
27	ENRG	✓	✓					
28	EXCL	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
29	GGRM	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
30	GIAA			✓				
31	GJTL	✓						
32	HRUM	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

33	ICPB	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
34	IMAS			✓	✓			
35	INCO	✓	✓	✓	✓		✓	
36	INDF	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
37	INDY	✓	✓	✓				
38	INTA		✓					
39	INTP	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
40	ISAT							
41	ITMG	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
42	JSMR	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
43	KIJA	✓	✓					
44	KLBF	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
45	KRAS	✓						
46	LPKR	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
47	LPPF						✓	
48	LSIP	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
49	MAIN			✓	✓	✓		
50	MAPI			✓	✓			
51	MEDC							
52	MLPL				✓	✓		
53	MNCN		✓	✓	✓	✓	✓	
54	PGAS	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
55	PTBA	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
56	PTPP					✓	✓	
57	PWON				✓	✓	✓	
58	SCMA						✓	
59	SIMP	✓						
60	SMCB			✓	✓			
61	SMGR	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
62	SMRA					✓	✓	
63	SSIA			✓	✓	✓		
64	TAXI					✓	✓	
65	TBIG					✓	✓	
66	TINS	✓	✓					
67	TLKM	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
68	TRAM	✓	✓					
69	UNSP	✓						
70	UNTR	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
71	UNVR	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

72	VIVA					✓		
73	WIKA				✓	✓	✓	
74	WSKT					✓	✓	

LAMPIRAN 2

Daftar Sampel Perusahaan

No	Nama Perusahaan	Kode
1	Astra agro lestari	AALI
2	Adhi Karya	ADHI
3	AKR Corputindo	AKRA
4	Astra Internasional	ASII
5	Alam sutera realty	ASRI
6	Bank central asia	BBCA
7	Bank Negara Inonesia	BBNI
8	Bank Mandiri	BMRI
9	XL Axiata	EXCL
10	Gudang Garam	GGRM
11	Indofood CBP Sukses Makmur	ICBP
12	Indofood Sukses makmur	INDF
13	Indocement Tunggal Prakasa	INTP
14	Jasa Marga	JSMR
15	Kalbe Farma	KLBF
16	Lippo Kurwaci	LPKR
17	Tambang batubara bukit asam	PTBA
18	Semen Gresik	SMGR
19	Telekomunikasi Indonesia	TLKM
20	United Tractors	UNTR
21	Unilever Indonesia	UNVR

LAMPIRAN 3

Data *SIZE* sampel penelitian periode 2012-2014

No	Nama Perusahaan	*SIZE*		
		2012	2013	2014
1	Astra agro lestari	13,09	12,18	13,27
2	Adhi Karya	12,90	12,99	13,02
3	AKR Corputindo	13,07	13,17	13,17
4	Astra Internasional	14,26	14,33	14,37
5	Alam sutera realty	13,04	13,16	13,23
6	Bank central asia	14,65	14,70	14,74
7	Bank Negara Inonesia	14,52	14,59	14,62
8	Bank Mandiri	14,80	14,87	14,93
9	XL Axiata	13,55	13,61	13,80
10	Gudang Garam	13,62	13,71	13,77
11	Indofood CBP Sukses Makmur	13,25	13,33	13,40
12	Indofood Sukses makmur	13,77	13,89	13,93
13	Indocement Tunggal Prakasa	13,36	13,42	13,46
14	Jasa Marga	13,39	13,50	13,50
15	Kalbe Farma	12,97	13,05	13,09
16	Lippo Kurwaci	13,40	13,50	13,58
17	Tambang batubara bukit asam	13,10	13,07	13,17
18	Semen Gresik	13,42	13,49	13,54
19	Telekomunikasi Indonesia	14,05	14,11	14,15
20	United Tractors	13,70	13,76	13,78
21	Unilever Indonesia	13,08	12,87	12,15

Data ROE Sampel Perusahaan Periode 2012-2014

No	Nama Perusahaan	ROE		
		2012	2013	2014
1	Astra agro lestari	0,27	0,19	0,22
2	Adhi Karya	0,18	0,26	0,19
3	AKR Corputindo	0,15	0,11	0,15
4	Astra Internasional	0,25	0,21	0,18
5	Alam sutera realty	0,26	0,29	0,18
6	Bank central asia	0,23	0,22	0,21
7	Bank Negara Inonesia	0,16	0,19	0,18
8	Bank Mandiri	0,21	0,21	0,20
9	XL Axiata	0,18	0,07	-0,06
10	Gudang Garam	0,15	0,15	0,16
11	Indofood CBP Sukses Makmur	0,19	0,17	0,17
12	Indofood Sukses makmur	0,14	0,18	0,12
13	Indocement Tunggal Prakasa	0,25	0,22	0,21
14	Jasa Marga	0,16	0,11	0,11
15	Kalbe Farma	0,24	0,23	0,22
16	Lippo Kurwaci	0,12	0,11	0,17
17	Tambang batubara bukit asam	0,34	0,25	0,23
18	Semen Gresik	0,27	0,25	0,22
19	Telekomunikasi Indonesia	0,27	0,26	0,25
20	United Tractors	0,18	0,13	0,13
21	Unilever Indonesia	1,22	1,26	1,25

Data CR Sampel Perusahaan 2012-2014

No	Nama Perusahaan	Likuiditas		
		2012	2013	2014
1	Astra agro lestari	0,68	0,45	0,58
2	Adhi Karya	1,24	1,39	1,33
3	AKR Corputindo	1,44	1,17	1,09
4	Astra Internasional	1,40	1,24	1,32
5	Alam sutera realty	1,23	0,75	1,14
6	Bank central asia	4,46	0,95	1,28
7	Bank Negara Inonesia	0,09	0,09	0,08
8	Bank Mandiri	0,26	0,48	0,86
9	XL Axiata	0,42	0,74	0,86
10	Gudang Garam	2,17	1,72	1,62
11	Indofood CBP Sukses Makmur	2,76	2,41	2,18
12	Indofood Sukses makmur	2,00	1,67	1,81
13	Indocement Tunggal Prakasa	6,03	6,15	4,93
14	Jasa Marga	0,68	0,76	0,84
15	Kalbe Farma	3,41	2,84	3,40
16	Lippo Kurwaci	5,60	4,96	5,23
17	Tambang batubara bukit asam	4,92	2,87	2,08
18	Semen Gresik	1,71	1,88	2,21
19	Telekomunikasi Indonesia	1,16	1,16	1,06
20	United Tractors	1,95	1,91	2,06
21	Unilever Indonesia	0,67	0,70	0,71

Data ME Sampel Perusahaan 2012-2014

No	Nama Perusahaan	*Media exposure*		
		2012	2013	2014
1	Astra agro lestari	1,00	1,00	1,00
2	Adhi Karya	0,00	1,00	1,00
3	AKR Corputindo	0,00	1,00	1,00
4	Astra Internasional	1,00	1,00	1,00
5	Alam sutera realty	0,00	0,00	1,00
6	Bank central asia	0,00	0,00	1,00
7	Bank Negara Inonesia	1,00	1,00	1,00
8	Bank Mandiri	0,00	1,00	0,00
9	XL Axiata	0,00	1,00	1,00
10	Gudang Garam	0,00	0,00	1,00
11	Indofood CBP Sukses Makmur	0,00	0,00	1,00
12	Indofood Sukses makmur	0,00	0,00	1,00
13	Indocement Tunggal Prakasa	1,00	1,00	1,00
14	Jasa Marga	1,00	1,00	1,00
15	Kalbe Farma	0,00	0,00	1,00
16	Lippo Kurwaci	0,00	0,00	0,00
17	Tambang batubara bukit asam	1,00	1,00	1,00
18	Semen Gresik	1,00	1,00	1,00
19	Telekomunikasi Indonesia	1,00	1,00	1,00
20	United Tractors	0,00	1,00	1,00
21	Unilever Indonesia	1,00	0,00	1,00

LAMPIRAN 4

Data Pengungkapan CSR Perusahaan Sampel Tahun 2012

	KODE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
No.	GRI G4	AALI	ADHI	AKRA	ASII	ASRI	BBCA	BBNI	BMRI	EXCL	GGRM	ICBP	INDF	INTP	JSMR	KLBF	LPKR	PTBA	SMGR	TLKM	UNTR	UNVR
A. INDIKATOR EKONOMI																						
A.1 Kinerja ekonomi																						
1	G4-EC1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1
2	G4-EC2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
3	G4-EC3	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1
4	G4-EC4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2 Keberadaan di pasar																						
5	G4-EC5	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1
6	G4-EC6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
A.2 Dampak ekonomi tidak langsung																						
7	G4-EC7	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	0
8	G4-EC8	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0
A.3 Praktek pengadaan																						
9	G4-EC 9	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
B. INDIKATOR LINGKUNGAN																						
B.1 Bahan																						
10	G4-EN1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
11	G4-EN2	1	0	0	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1
B.2 Energi																						
12	G4-EN3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
13	G4-EN4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
14	G4-EN5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
15	G4-EN6	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
16	G4-EN7	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0
B.3 Air																						
17	G4-EN8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
18	G4-EN9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
19	G4-EN10	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
B.4 Keanekaragaman hayati																						
20	G4-EN11	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0
21	G4-EN12	1	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0
22	G4-EN13	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0
23	G4-EN14	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0

B.5 Emisi																						
24	G4-EN15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
25	G4-EN16	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
26	G4-EN17	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
27	G4-EN18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
28	G4-EN19	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
29	G4-EN20	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
30	G4-EN21	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
B.6 Efluen dan limbah																						
31	G4-EN22	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
32	G4-EN23	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1
33	G4-EN24	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1
34	G4-EN25	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1
35	G4-EN26	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0
B.8 Produk dan jasa																						
36	G4-EN27	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
37	G4-EN28	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1
B.9 kepatuhan																						
38	G4-EN29	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1
B.10 Transportasi																						
39	G4-EN30	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0
B.11 Lain-lain																						
40	G4-EN31	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1
B.12 Asesmen atas pemasok lingkungan																						
41	G4-EN32	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
42	G4-EN33	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
B.13 Mekanisme pengaduan Masalah lingkungan																						
43	G4-EN34	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C. INDIKATOR KINERJA SOSIAL																						
C.1 PRAKTIK KETENAGA KERJAAN DAN KENYAMANAN BEKERJA																						
C.1.1 Kepegawaian																						
44	G4-LA1	1	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1
45	G4-LA2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
46	G4-LA3	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0
C.1.2 Hubungan Industrial																						
47	G4-LA4	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1
C.1.3 Kesehatan dan Keslamatan Kerja																						
48	G4-LA5	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1

49	G4-LA6	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
50	G4-LA7	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
51	G4-LA8	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	0
C.1.4 Pelatihan dan pendidikan																						
52	G4-LA9	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1
53	G4-LA10	1	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
54	G4-LA11	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1		1	1	0	1	1	1	1	1	1
C.1.5 Keberagaman dan Kesetaraan peluang																						
55	G4-LA12	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
C.1.6 Kesetaraan remunirasi perempuan dan laki-lai																						
56	G4-LA13	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.1.7 Asesmen pemasok terkait praktik ketenagakerjaan																						
57	G4-LA14	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
58	G4-LA15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.18 Mekanisme pengaduan masalah ketenagakerjaan																						
59	G4-LA16	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.2 HAK ASASI MANUSIA																						
C.2.1 Investasi																						
60	G4-HR1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0
61	G4-HR2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0
C.2.2 Non- Diskriminasi																						
62	G4-HR3	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0
C.2.3 Kebebasan berserikat dan perjanjian bersama																						
63	G4-HR4	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
C.2.4 Pekerja anak																						
64	G4-HR5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.2.5 Pekerja paksa atau wajib kerja																						
65	G4-HR6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.2.6 Praktik pengamanan																						
66	G4-HR7	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0
C.2.7 Hak adat																						
67	G4-HR8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0
C.2.8 Asesmen																						
68	G4-HR9	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0
C.2.9 Asesmen pemasok atas hak asasi manusia																						
69	G4-HR10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
70	G4-HR11	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.2.120 Mekanisme pengaduan masalah hak asasi manusia																						

71	G4-HR12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.3 MASYARAKAT/ SOSIAL																						
C.3.1 Masyarakat lokal																						
72	G4-SO1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
73	G4-SO2	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0
C.3.2 Anti Korupsi																						
74	G4-SO3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
75	G4-SO4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
76	G4-SO5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.3.3 Kebijakan publik																						
77	G4-SO6	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.3.4 Anti Persaingan																						
78	G4-SO7	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1
C.3.5 Kepatuhan																						
79	G4-SO8	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
C.3.6 Asesmen pemasok atas dampak terhadap masyarakat																						
80	G4-SO9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
81	G4-SO10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
C.3.7 Mekanisme pengaduan dampak terhadap masyarakat																						
82	G4-SO11	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.4 TANGGUNG JAWAB PRODUK																						
C.4.1 Kesehatan dan keselamatan pelanggan																						
83	G4-PR1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
84	G4-PR2	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1
C.4.2 Pelabelan produk dan jasa																						
85	G4-PR3	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0
86	G4-PR4	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1
87	G4-PR5								1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
C.4.3 Komunikasi pemasaran																						
88	G4-PR6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
89	G4-PR7	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1		1	1	1	0	0
C.4.4 Privasi pelanggan																						
90	G4-PR8	0	0	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0
C.4.5 Kepatuhan																						
91	G4-PR9	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0
	Jumlah	30	8	8	28	2	16	23	20	23	8	18	16	42	40	27	9	41	42	40	19	22

Data Pengungkapan CSR Perusahaan Sampel Tahun 2013

	KODE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
No.	GRI 3.1	AALI	ADHI	AKRA	ASII	ASRI	BBCA	BBNI	BMRI	EXCL	GGRM	ICBP	INDF	INTP	JSMR	KLBF	LPKR	PTBA	SMGR	TLKM	UNTR	UNVR
A. INDIKATOR EKONOMI																						
A.1 Kinerja ekonomi																						
1	G4-EC1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0
2	G4-EC2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
3	G4-EC3	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	1	0	1	1	0
4	G4-EC4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2 Keberadaan di pasar																						
5	G4-EC5	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	0	0	1	0	1	1	0
6	G4-EC6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
A.2 Dampak ekonomi tidak langsung																						
7	G4-EC7	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1
8	G4-EC8	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1
A.3 Praktek pengadaan																						
9	G4-EC 9	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0
B. INDIKATOR LINGKUNGAN																						
B.1 Bahan																						
10	G4-EN1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	1	0	0	0
11	G4-EN2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0
B.2 Energi																						
12	G4-EN3	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0
13	G4-EN4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
14	G4-EN5	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0
15	G4-EN6	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	0
16	G4-EN7	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0
B.3 Air																						
17	G4-EN8	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0
18	G4-EN9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0
19	G4-EN10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0
B.4 Keanekaragaman hayati																						
20	G4-EN11	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0
21	G4-EN12	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0
22	G4-EN13	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0
23	G4-EN14	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0
B.5 Emisi																						
24	G4-EN15	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0

25	G4-EN16	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
26	G4-EN17	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0
27	G4-EN18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0
28	G4-EN19	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0
29	G4-EN20	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0
30	G4-EN21	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0
B.6 Efluen dan limbah																						
31	G4-EN22	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0
32	G4-EN23	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1
33	G4-EN24	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1
34	G4-EN25	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1
35	G4-EN26	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0
B.8 Produk dan jasa																						
36	G4-EN27	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0
37	G4-EN28	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
B.9 kepatuhan																						
38	G4-EN29	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
B.10 Transportasi																						
39	G4-EN30	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
B.11 Lain-lain																						
40	G4-EN31	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	1	0
B.12 Asesmen atas pemasok lingkungan																						
41	G4-EN32	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
42	G4-EN33	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
B.13 Mekanisme pengaduan Masalah lingkungan																						
43	G4-EN34	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C. INDIKATOR KINERJA SOSIAL																						
C.1 PRAKTIK KETENAGA KERJAAN DAN KENYAMANAN BEKERJA																						
C.1.1 Kepegawaian																						
44	G4-LA1	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0
45	G4-LA2	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0
46	G4-LA3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
C.1.2 Hubungan Industrial																						
47	G4-LA4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1
C.1.3 Kesehatan dan Keslamatan Kerja																						
48	G4-LA5	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1
49	G4-LA6	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	1
50	G4-LA7	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1
51	G4-LA8	0	1	0	0	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1
C.1.4 Pelatihan dan pendidikan																						

52	G4-LA9	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0
53	G4-LA10	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1
54	G4-LA11	0	0	1	0	0	1	0	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1
C.1.5 Keberagaman dan Kesetaraan peluang																						
55	G4-LA12	0	0	1	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0
C.1.6 Kesetaraan remunirasi perempuan dan laki-lai																						
56	G4-LA13	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1
C.1.7 Asesmen pemasok terkait praktik ketenagakerjaan																						
57	G4-LA14	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
58	G4-LA15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.18 Mekanisme pengaduan masalah ketenagakerjaan																						
59	G4-LA16	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.2 HAK ASASI MANUSIA																						
C.2.1 Investasi																						
60	G4-HR1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
61	G4-HR2	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
C.2.2 Non- Diskriminasi																						
62	G4-HR3	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
C.2.3 Kebebasan berserikat dan perjanjian bersama																						
63	G4-HR4	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1
C.2.4 Pekerja anak																						
64	G4-HR5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
C.2.5 Pekerja paksa atau wajib kerja																						
65	G4-HR6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
C.2.6 Praktik pengamanan																						
66	G4-HR7	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0
C.2.7 Hak adat																						
67	G4-HR8	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
C.2.8 Asesmen																						
68	G4-HR9	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
C.2.9 Asesmen pemasok atas hak asasi manusia																						
69	G4-HR10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
70	G4-HR11	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
C.2.120 Mekanisme pengaduan masalah hak asasi manusia																						
71	G4-HR12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.3 MASYARAKAT/ SOSIAL																						
C.3.1 Masyarakat lokal																						
72	G4-SO1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1
73	G4-SO2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
C.3.2 Anti Korupsi																						

74	G4-SO3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0
75	G4-SO4	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0
76	G4-SO5	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
C.3.3 Kebijakan publik																						
77	G4-SO6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.3.4 Anti Persaingan																						
78	G4-SO7	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0
C.3.5 Kepatuhan																						
79	G4-SO8	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
C.3.6 Asesmen pemasok atas dampak terhadap masyarakat																						
80	G4-SO9	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
81	G4-SO10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.3.7 Mekanisme pengaduan dampak terhadap masyarakat																						
82	G4-SO11	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
C.4 TANGGUNG JAWAB PRODUK																						
C.4.1 Kesehatan dan keselamatan pelanggan																						
83	G4-PR1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0
84	G4-PR2	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
C.4.2 Pelabelan produk dan jasa																						
85	G4-PR3	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0
86	G4-PR4	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
87	G4-PR5	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0
C.4.3 Komunikasi pemasaran																						
88	G4-PR6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
89	G4-PR7	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0
C.4.4 Privasi pelanggan																						
90	G4-PR8	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0
C.4.5 Kepatuhan																						
91	G4-PR9	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
	Jumlah	26	9	11	26	11	20	19	15	31	7	17	17	42	25	19	9	47	31	27	29	18

Data Pengungkapan CSR Perusahaan Sampel Tahun 2014

	KODE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
No.	GRI 3.1	AALI	ADHI	AKRA	ASII	ASRI	BBCA	BBNI	BMRI	EXCL	GGRM	ICBP	INDF	INTP	JSMR	KLBF	LPKR	PTBA	SMGR	TLKM	UNTR	UNVR
A. INDIKATOR EKONOMI																						
A.1 Kinerja ekonomi																						
1	G4-EC1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0
2	G4-EC2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0
3	G4-EC3	1	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0
4	G4-EC4	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2 Keberadaan di pasar																						
5	G4-EC5	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0
6	G4-EC6	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
A.2 Dampak ekonomi tidak langsung																						
7	G4-EC7	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8	G4-EC8	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1
A.3 Praktek pengadaan																						
9	G4-EC 9	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
B. INDIKATOR LINGKUNGAN																						
B.1 Bahan																						
10	G4-EN1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
11	G4-EN2	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1
B.2 Energi																						
12	G4-EN3	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0
13	G4-EN4	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0
14	G4-EN5	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0
15	G4-EN6	1	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0
16	G4-EN7	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0
B.3 Air																						
17	G4-EN8	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
18	G4-EN9	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
19	G4-EN10	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
B.4 Keanekaragaman hayati																						
20	G4-EN11	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
21	G4-EN12	1	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
22	G4-EN13	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1
23	G4-EN14	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0

B.5 Emisi																						
24	G4-EN15	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
25	G4-EN16	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
26	G4-EN17	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
27	G4-EN18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
28	G4-EN19	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0
29	G4-EN20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0
30	G4-EN21	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
B.6 Efluen dan limbah																						
31	G4-EN22	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
32	G4-EN23	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1
33	G4-EN24	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
34	G4-EN25	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
35	G4-EN26	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
B.8 Produk dan jasa																						
36	G4-EN27	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
37	G4-EN28	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
B.9 kepatuhan																						
38	G4-EN29	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
B.10 Transportasi																						
39	G4-EN30	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
B.11 Lain-lain																						
40	G4-EN31	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0
B.12 Asesmen atas pemasok lingkungan																						
41	G4-EN32	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
42	G4-EN33	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
B.13 Mekanisme pengaduan Masalah lingkungan																						
43	G4-EN34	0																				
C. INDIKATOR KINERJA SOSIAL																						
C.1 PRAKTIK KETENAGA KERJAAN DAN KENYAMANAN BEKERJA																						
C.1.1 Kepegawaian																						
44	G4-LA1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	0
45	G4-LA2	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0
46	G4-LA3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.1.2 Hubungan Industrial																						
47	G4-LA4	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
C.1.3 Kesehatan dan Keslamatan Kerja																						
48	G4-LA5	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0

49	G4-LA6	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0
50	G4-LA7	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
51	G4-LA8	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0
C.1.4 Pelatihan dan pendidikan																						
52	G4-LA9	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1
53	G4-LA10	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1
54	G4-LA11	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	1
C.1.5 Keberagaman dan Kesetaraan peluang																						
55	G4-LA12	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1
C.1.6 Kesetaraan remunirasi perempuan dan laki-lai																						
56	G4-LA13	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1
C.1.7 Asesmen pemasok terkait praktik ketenagakerjaan																						
57	G4-LA14	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
58	G4-LA15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.18 Mekanisme pengaduan masalah ketenagakerjaan																						
59	G4-LA16	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.2 HAK ASASI MANUSIA																						
C.2.1 Investasi																						
60	G4-HR1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
61	G4-HR2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.2.2 Non- Diskriminasi																						
62	G4-HR3	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
C.2.3 Kebebasan berserikat dan perjanjian bersama																						
63	G4-HR4	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0
C.2.4 Pekerja anak																						
64	G4-HR5	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.2.5 Pekerja paksa atau wajib kerja																						
65	G4-HR6	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.2.6 Praktik pengamanan																						
66	G4-HR7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
C.2.7 Hak adat																						
67	G4-HR8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.2.8 Asesmen																						
68	G4-HR9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.2.9 Asesmen pemasok atas hak asasi manusia																						
69	G4-HR10	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
70	G4-HR11	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.2.120 Mekanisme pengaduan masalah hak asasi manusia																						

71	G4-HR12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.3 MASYARAKAT/ SOSIAL																						
C.3.1 Masyarakat lokal																						
72	G4-SO1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
73	G4-SO2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1				0	1	0		
C.3.2 Anti Korupsi																						
74	G4-SO3	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
75	G4-SO4	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	0
76	G4-SO5	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0
C.3.3 Kebijakan publik																						
77	G4-SO6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.3.4 Anti Persaingan																						
78	G4-SO7	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
C.3.5 Kepatuhan																						
79	G4-SO8	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
C.3.6 Asesmen pemasok atas dampak terhadap masyarakat																						
80	G4-SO9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
81	G4-SO10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.3.7 Mekanisme pengaduan dampak terhadap masyarakat																						
82	G4-SO11	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.4 TANGGUNG JAWAB PRODUK																						
C.4.1 Kesehatan dan keselamatan pelanggan																						
83	G4-PR1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0
84	G4-PR2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
C.4.2 Pelabelan produk dan jasa																						
85	G4-PR3	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0
86	G4-PR4	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0
87	G4-PR5	1	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	0
C.4.3 Komunikasi pemasaran																						
88	G4-PR6	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
89	G4-PR7	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0
C.4.4 Privasi pelanggan																						
90	G4-PR8	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0
C.4.5 Kepatuhan																						
91	G4-PR9	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Jumlah	51	9	32	16	7	19	24	19	13	5	20	15	47	23	18	9	13	25	24	32	15

LAMPIRAN 5

Indikator GRI Versi 4.0 (G4)

KATEGORI		
A. EKONOMI		
A.1. Aspek Kinerja Ekonomi		
No	**Kode GRI**	**Keterangan**
1	G4-EC1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan
2	G4-EC2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim
3	G4-EC3	Cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti
4	G4-EC4	Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah
A.2. Aspek keberadaan pasar		
5	G4-EC5	Rasio upah standar pegawai pemula (entry level) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan
6	G4-EC6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di lokasi operasi yang signifikan
A.3. Aspek dampak ekonomi tidak langsung		
7	G4-EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan
8	G4-EC8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak
A.4. Aspek pengadaan		
9	G4-EC9	Perbandingan pembelian dari pemasok lokal di lokasi operasional yang signifikan
B. LINGKUNGAN		
B.1. Aspek bahan		
10	G4-EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume
11	G4-EN2	Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang
B.2. Aspek energi		
12	G4-EN3	Konsumsi energi dalam organisasi
13	G4-EN4	Konsumsi energi di luar organisasi
14	G4-EN5	Intensitas energi
15	G4-EN6	Pengurangan konsumsi energi
16	G4-EN7	Pengurangan kebutuhan energi pada produk dan jasa
B.3. Aspek air		
17	G4-EN8	Total pengambilan air berdasarkan sumber
18	G4-EN9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
19	G4-EN10	Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali
B.4. Aspek keanekaragaman hayati		
20	G4-EN11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola di dalam, atau yang berdekatan dengan, kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman

		Hayati tinggi di luar kawasan lindung
21	G4-EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung
22	G4-EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan
23	G4-EN14	Jumlah total spesies dalam iucn red list dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan
B.5. Aspek Emisi		
24	G4-EN15	Emisi gas rumah kaca (grk) langsung (cakupan 1)
25	G4-EN16	Emisi gas rumah kaca (grk) energi tidak langsung (cakupan 2)
26	G4-EN17	Emisi gas rumah kaca (grk) tidak langsung lainnya (cakupan 3)
27	G4-EN18	Intensitas emisi gas rumah kaca (grk)
28	G4-EN19	Pengurangan emisi gas rumah kaca (grk)
29	G4-EN20	Emisi bahan perusak ozon (bpo)
30	G4-EN21	Nox, sox, dan emisi udara signifikan lainnya
B.6. Aspek Efluen dan limbah		
31	G4-EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
32	G4-EN23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
33	G4-EN24	Jumlah dan volume total tumpahan signifikan
34	G4-EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
35	G4-EN26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkena dampak dari air buangan dan limpasan dari organisasi
B.7. Aspek produk dan jasa		
36	G4-EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap dampak lingungan produk dan jasa
37	G4-EN28	Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasi menurut kategori
B.8. Aspek kepatuhan		
38	G4-EN29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter karena ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan
B.9. Aspek transportasi		
39	G4-EN30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi, dan pengangkutan tenaga kerja
B.10. Aspek Lain-lain		
40	G4-EN31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis
B.11. Asesmen pemasok atas lingkungan		
41	G4-EN32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan
42	G4-EN33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
B.12. Aspek mekanisme pengaduan masalah lingkungan		

43	G4-EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
C. KATEGORI SOSIAL		
C.1. SUB-KATEGORI PRAKTIK KETENAGAKERJAAN DAN KENYAMANAN BEKERJA		
C.1.1. Aspek Kepegawaian		
44	G4-LA1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah.
45	G4-LA2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan.
46	G4-LA3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut gender.
C.1.2. Aspek hubungan industrial		
47	G4-LA4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama.
C.1.3. Aspek kesehatan dan keselamatan kerja		
48	G4-LA5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen-pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja.
49	G4-LA6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender.
50	G4-LA7	Pekerja yang sering terkena atau berisiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka.
51	G4-LA8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja.
C.1.4. Aspek pelatihan dan pendidikan		
52	G4-LA9	Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan.
53	G4-LA10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti.
54	G4-LA11	Persentase karyawan yang menerima reviu kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan.
C.1.5. Aspek keberagaman dan kesetaraan peluang		
55	G4-LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya.
C.1.6. Aspek kesetaraan remunerasi perempuan dan laki-laki		
56	G4-LA13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan.
C.1.7. Aspek Asesmen Pemasok atas Praktik Ketenagakerjaan		
57	G4-LA14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik

		ketenagakerjaan
58	G4-LA15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenaga kerjaan dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.
C.1.8. Aspek mekanisme pengaduan masalah ketenagakerjaan		
59	G4-LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi.
C.2. SUB-KATEGORI: HAK ASASI MANUSIA		
C.2.1. Aspek: investasi		
60	G4-HR1	Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia.
61	G4-HR2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi, termasuk persentase karyawan yang dilatih.
C.2.2. Aspek: non-diskriminasi		
62	G4-HR3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan perbaikan yang diambil.
C.2.3. Aspek: kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama		
63	G4-HR4	Operasi dan pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau berisiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut.
C.2.4. Aspek: pekerja anak		
64	G4-HR5	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif.
C.2.5. Aspek: pekerja paksa atau wajib kerja		
65	G4-HR6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja.
C.2.6. Aspek: praktik pengamanan		
66	G4-HR7	Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak Asasi manusia di organisasi yang relevan dengan operasi
C.2.7. Aspek: hak adat		
67	G4-HR8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil.
C.2.8. Aspek: asesmen		
68	G4-HR9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan reviu atau asesmen campak hak asasi manusia.
C.2.9. Aspek: asesmen pemasok atas hak asasi manusia		
69	G4-HR10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia.
70	G4-HR11	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.
C.2.10. Aspek: Mekanisme Pengaduan Masalah Hak Asasi Manusia		
71	G4-HR12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang

		diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal.
C.3. SUB-KATEGORI:MASYARAKAT		
C.3.1. Aspek: Masyarakat Lokal		
72	G4-SO1	Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan.
73	G4-SO2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal.
C.3.2. Aspek: anti-korupsi		
74	G4-SO3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi.
75	G4-SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi.
76	G4-SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil.
C.3.3. Aspek: kebijakan publik		
77	G4-SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat.
C.3.4. Aspek: anti persaingan		
78	G4-SO7	Jumlah total tindakan hukum terkait anti persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya.
C.3.5. Aspek: kepatuhan		
79	G4-SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan.
C.3.6. Aspek: asesmen pemasok atas dampak pada masyarakat		
80	G4-SO9	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria dampak terhadap masyarakat.
81	G4-SO10	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.
C.3.7. Aspek: Mekanisme Pengaduan Dampak terhadap Masyarakat		
82	G4-SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi.
C.4. SUB-KATEGORI: TANGGUNG JAWAB ATAS PRODUK		
C.4.1. Aspek: Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan		
83	G4-PR1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan yang dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan.
84	G4-PR2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis hasil.
C.4.2. Aspek: Pelabelan Produk dan Jasa		
85	G4-PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis.
86	G4-PR4	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa,

		menurut jenis hasil.
87	G4-PR5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan.
C.4.3. Aspek: komunikasi pemasaran		
88	G4-PR6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan.
89	G4-PR7	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela.
C.4.3. Aspek: privasi pelanggan		
90	G4-PR8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan.
C.4.4. Aspek: kepatuhan		
91	G4-PR9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa.

LAMPIRAN 6

Output Analisis Hasil Penelitian

Output SPSS 22

Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR Disclosure	63	,02	,56	,2398	,12717
Ukuran Perusahaan	63	6,15	8,93	7,6025	,62176
Profitabilitas	63	-,06	1,26	,2410	,23408
Likuiditas	63	,08	6,15	1,8610	1,52752
Valid N (listwise)	63				

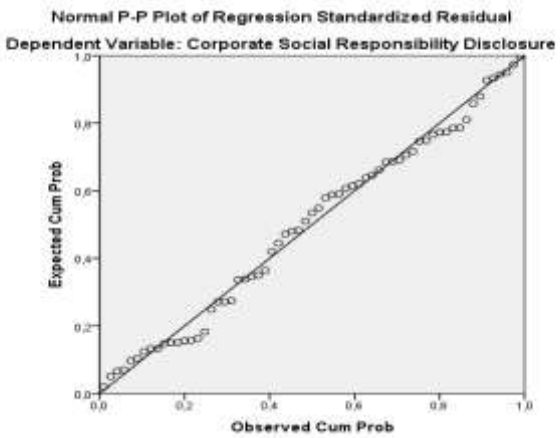
Media exposure

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	22	34,9	34,9	34,9
	1	41	65,1	65,1	100,0
	Total	63	100,0	100,0	

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2015

1. **Uji Asumsi Klasik**

Uji Normalitas



Sumber: Data sekunder yang diolah, 2015

Npar Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		63
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,10854795
Most Extreme Differences	Absolute	,083
	Positive	,083
	Negative	-,058
Test Statistic		,083
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200[c,d]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2015

Uji Multikolinieritas

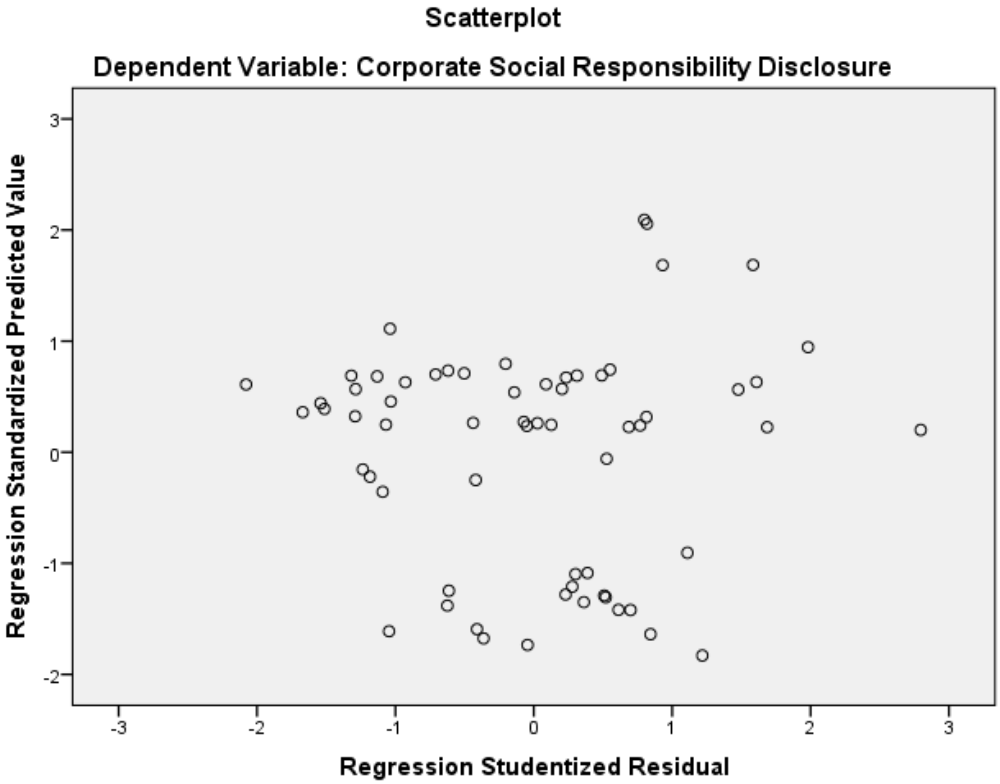
Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Ukuran Perusahaan	,840	1,190
	Profitabilitas	,854	1,172
	Likuiditas	,898	1,113
	Media exposure	,966	1,035

a. Dependent Variable: *Corporate Social Responsibility* Disclosure

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2015

Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data sekunder yang diolah, 2015

Uji Glejser

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,271	,110		2,459	,017
	Ukuran Perusahaan	-,027	,013	-,265	-1,995	,051
	Profitabilitas	-,033	,036	-,122	-,929	,357
	Likuiditas	,004	,005	,107	,830	,410
	Media exposure	,032	,016	,245	1,975	,053

a. Dependent Variable: ABSUT

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2015

Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,521[a]	,271	,221	,11223	1,770

a. Predictors: (Constant), *Media exposure*, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Profitabilitas

b. Dependent Variable: *Corporate Social Responsibility* Disclosure

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2015

2. Uji Hipotesis

Regression

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	*Media exposure*, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Profitabilitas[b]	.	Enter

a. Dependent Variable: CSR Disclosure

b. All requested variables entered.

Model Summaryb

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,521[a]	,271	,221	,11223

a. Predictors: (Constant), *Media exposure*, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Profitabilitas

b. Dependent Variable: *Corporate Social Responsibility* Disclosure

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2015

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,272	4	,068	5,402	,001[b]
	Residual	,731	58	,013		
	Total	1,003	62			

a. Dependent Variable: CSR Disclosure

b. Predictors: (Constant), *Media exposure*, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Profitabilitas

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2015

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,011	,204		,054	,957
	Ukuran Perusahaan	,012	,025	,060	,488	,628
	Profitabilitas	,034	,066	,063	,517	,607
	Likuiditas	,022	,010	,266	2,252	,028
	Media exposure	,133	,030	,503	4,409	,000

a. Dependent Variable: *Corporate Social Responsibility* Disclosure

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2015