



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, *GROWTH* DAN
MEDIA EXPOSURE TERHADAP PENGUNGKAPAN
*CORPORATE SOSIAL RESPONSIBILITY***

SKRIPSI

Nur Sadiyah Hasibuan

1602015180

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI AKUNTANSI
JAKARTA
2020



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, *GROWTH* DAN
MEDIA EXPOSURE TERHADAP PENGUNGKAPAN
*CORPORATE SOSIAL RESPONSIBILITY***

SKRIPSI

Nur Sadiyah Hasibuan

1602015180

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI AKUNTANSI
JAKARTA
2020

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul **“PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, GROWTH DAN MEDIA EXPOSURE TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOSIAL RESPONSIBILITY”** merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagian bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, 15 Juli 2020

Yang menyatakan,



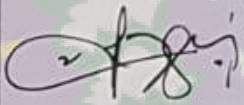

(Nur Sadiyah Hasibuan)
NIM 1602015180

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN,
GROWTH DAN *MEDIA EXPOSURE* TERHADAP
PENGUNGKAPAN CORPORATE SOSIAL
RESPONSIBILITY


NAMA : NUR SADIAH HASIBUAN
NIM : 1602015180
PROGRAM STUDI : AKUNTANSI
TAHUN AKADEMIK : 2019/2020

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi :

Pembimbing I	Fitrisia, S.E., Ak., M.Si., CA.	
Pembimbing II	Mulyaning Wulan, S.E., M.Ak.	

Mengetahui,

Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA



Sumardi, S.E., M.Si.

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

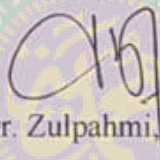
PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, *GROWTH* DAN *MEDIA EXPOSURE* TERHADAP *PENGUNGKAPAN CORPORATE SOSIAL RESPONSIBILITY*

Yang disusun oleh :
Nur Sadiyah Hasibuan
1602015180

Telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaaan strata satu (S1) Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
Pada tanggal: 25 Juli 2020

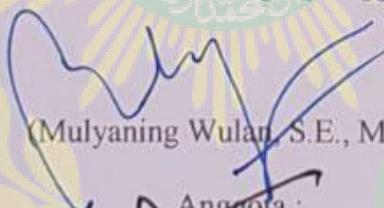
Tim Penguji:

Ketua, merangkap anggota :



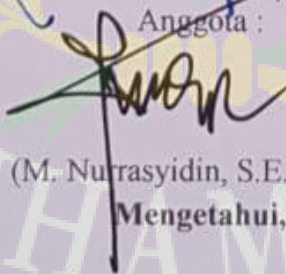
(Dr. Zulpahmi, M.Si.)

Sekretaris, merangkap anggota :



(Mulyaning Wulan, S.E., M.Ak.)

Anggota :



(M. Nurrasyidin, S.E., M.Si.)

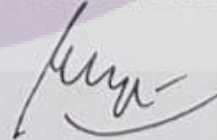
Mengetahui,

Ketua Program Studi Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof. DR. HAMKA



(Sumardi, S.E., M.Si.)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof. DR. HAMKA



(Dr. Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M.)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nur Sadiyah Hasibuan
NIM : 1602015180
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
Jenis Karya : Karya Ilmiah

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free-Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, *GROWTH* DAN *MEDIA EXPOSURE* TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE* *SOSIAL RESPONSIBILITY*.”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 15 Juli 2020
Yang menyatakan,

(Nur Sadiyah Hasibuan)
NIM 1602015180

ABSTRAK

Nur Sadiah Hasibuan (1602015180)

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, *GROWTH* DAN *MEDIA EXPOSURE* TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOSIAL RESPONSIBILITY*

Skripsi. Program Strata Satu Program Studi Akuntansi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2020. Jakarta.

Kata kunci : Ukuran Perusahaan, Growth, Media Exposure, Pengungkapan Corporate Social Responsibility.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, *growth*, *media exposure* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Dalam penelitian ini digunakan metode eksplanasi. Adapun variabel yang diteliti adalah ukuran perusahaan, *growth* dan *media exposure* sebagai variabel independen dan pengungkapan CSR sebagai variabel dependen. Populasi dalam penelitian adalah perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2018 sebanyak 25 perusahaan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 8 perusahaan dengan menggunakan *probability sampling*. Metode penelitian menggunakan metode eksplanasi. Teknik pengolahan dan analisis data yang digunakan adalah analisis akuntansi, analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji hipotesis, analisis koefisien korelasi dan analisis koefisien determinasi.

Pengolahan data menggunakan *SPSS 26.0* dan diperoleh persamaan regresi linier berganda $Y = -103,137 + 4,896 X_1 + 0,030 X_2 + 10,751 X_3$ yang telah diuji kelayakan asumsi normalitas berdistribusi normal serta tidak terjadi heterokedastisitas, multikolinearitas dan autokorelasi atau model regresi BLUE.

Hasil pengujian melalui uji t secara parsial variabel Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Kemudian hasil pengujian variabel *growth* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR dengan tingkat signifikansi sebesar $0,693 > 0,05$, dan hasil pengujian variabel *media*

exposure berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR dengan tingkat signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$. Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan ketiga variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Hasil analisis koefisien korelasi berganda sebesar 0,624 menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel variabel independen dengan pengungkapan CSR. Hasil analisis *adjusted R square* menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel independen dengan pengungkapan CSR yaitu sebesar 62,4% dan sisanya sebesar 37,6% dipengaruhi variabel lain.

Berdasarkan penjelasan di atas penulis memberikan saran kepada perusahaan untuk meningkatkan pengungkapan CSR, selain itu untuk investor sebaiknya lebih selektif dalam menanamkan modalnya dengan mempertimbangkan perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR lebih banyak dibandingkan perusahaan lainnya. Kemudian untuk peneliti selanjutnya sebaiknya menambahkan variabel lain dan sampel jenis perusahaan lainnya.

ABSTRACT

Nur Sadiah Hasibuan (1602015180)

THE EFFECT OF FIRM SIZE, GROWTH AND MEDIA EXPOSURE ON CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE

The Thesis of Bachelor Degree Program. Departement of Accounting Economic and Busines Faculty of Muhammadiyah University Prof. DR. HAMKA. 2020. Jakarta

Keywords: Firm Size, Growth, Media Exposure, Corporate Social Responsibility Disclosure

This study aimed to determine the effect of firm size, growth and media exposure for Corporate Social Responsibility disclosure.

This study used methods of explanation. The variables studied are firm size, growth and media exposure as the independent variables and Corporate Social Responsibility disclosure as the dependent variable. The research population in this study is the food and beverage subsector manufacturing companies listed on the Indonesian Stock Exchange (IDX) in 2014-2018 as many as 25 companies. The sampel used in this study were 8 the food and beverage subsector manufacturing companies determined using the purposive sampling method. The method used in this study is explanation method. Data analysis and processing techniques used are accounting analysis, multiple linear regression analysis, the classical assumption, hypothesis testing, correlation coefficient analysis and coefficient of determination analysis.

The research result using SPSS 26.0 with multiple linear regression equation $Y = -103,137 + 4,896 X_1 + 0,030 X_2 + 10,751 X_3$ has been tested. The feasibility of the assumptions of normality and the normal distribution does not occur heterokedasticity, multicollinearity and autocorrelation or BLUE regression model.

The test results through the t test partial variable firm size significant positive effect on CSR disclosure with a significance level of $0,000 < 0,05$. Then, the effect of the test result of variable growth with a significance level of $0,693 > 0,05$ was

not significantly positive on CSR disclosure, and test results of the media exposure variables with significant positive effect on CSR disclosure with a significance level of $0,003 < 0,05$. F test showed that simultaneously (together) three independent on CSR disclosure with a significance level of $0,000 < 0,05$.

Results of the analysis of the correlation coefficient of 0,624 indicates a strong relationship between independent variabls with CSR disclosure and the adjusted R-square analysis results indicate that the influence of independent variabls of CSR disclosure, was 62,4% and the remaining 37,6% was influenced by other variables which not included in the regression model.

Based on the explanation above, the author suggest the company to increase CSR disclosure for the information needs, investors should be more selective in investing their capital by considering companies that disclosure CSR more than other companies. Then the next researcher should add another variable and other company sampels.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang membawa umat manusia menuju alam pencerahan. Berkat ridho orang tua dan keluarga tercinta yang selalu memberikan semangat serta doa yang tiada hentinya selama penulisan menyusun skripsi hingga selesai dalam menempuh gelar Sarjana Ekonomi pada program studi akuntansi.

Selama proses penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Gunawan Suryoputro, M.Hum. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
2. Bapak Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
3. Bapak Zulpahmi, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
4. Bapak Dr. Sunarta, S.E., M.M selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
5. Bapak Tohirin, S.H.I., M.Pd.I selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
6. Bapak Sumardi., SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
7. Ibu Fitriasia, S.E., Ak., M.Si., CA selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan telah memberikan bimbingan serta saran-saran dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Ibu Mulyaning Wulan, S.E., M.Ak., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan, dan koreksi serta

arahan hingga terselesaikannya skripsi ini.

9. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat selama saya kuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
10. Ayah, Uma, Kak Iyah, Mawadah, Firli dan Naimah yang selalu sabar memberi semangat, dukungan dan do'a selama penyelesaian skripsi ini.
11. Teman-teman bimbingan, teman-teman FEB UHAMKA yang saling menyemangati dan membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Teman-teman yang saling mendukung, menerima keluh kesah serta memberi do'a yaitu Ghiyats, Gusy Gurls, Rombongan Beat Fyrda, Umi Viah, teman masa sekolah Karina, Nurul, Nilam, teman F Akuntansi serta yang lainnya.
13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dan do'a kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan wawasan kepada pembaca untuk kepentingan studi dan pengembangan ilmu pengetahuan, serta saya mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk tercapainya penulisan yang lebih baik lagi. Terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jakarta, 15 Juli 2020

Peneliti

(Nur Sadiyah Hasibuan)

NIM 1602015180

DAFTAR ISI

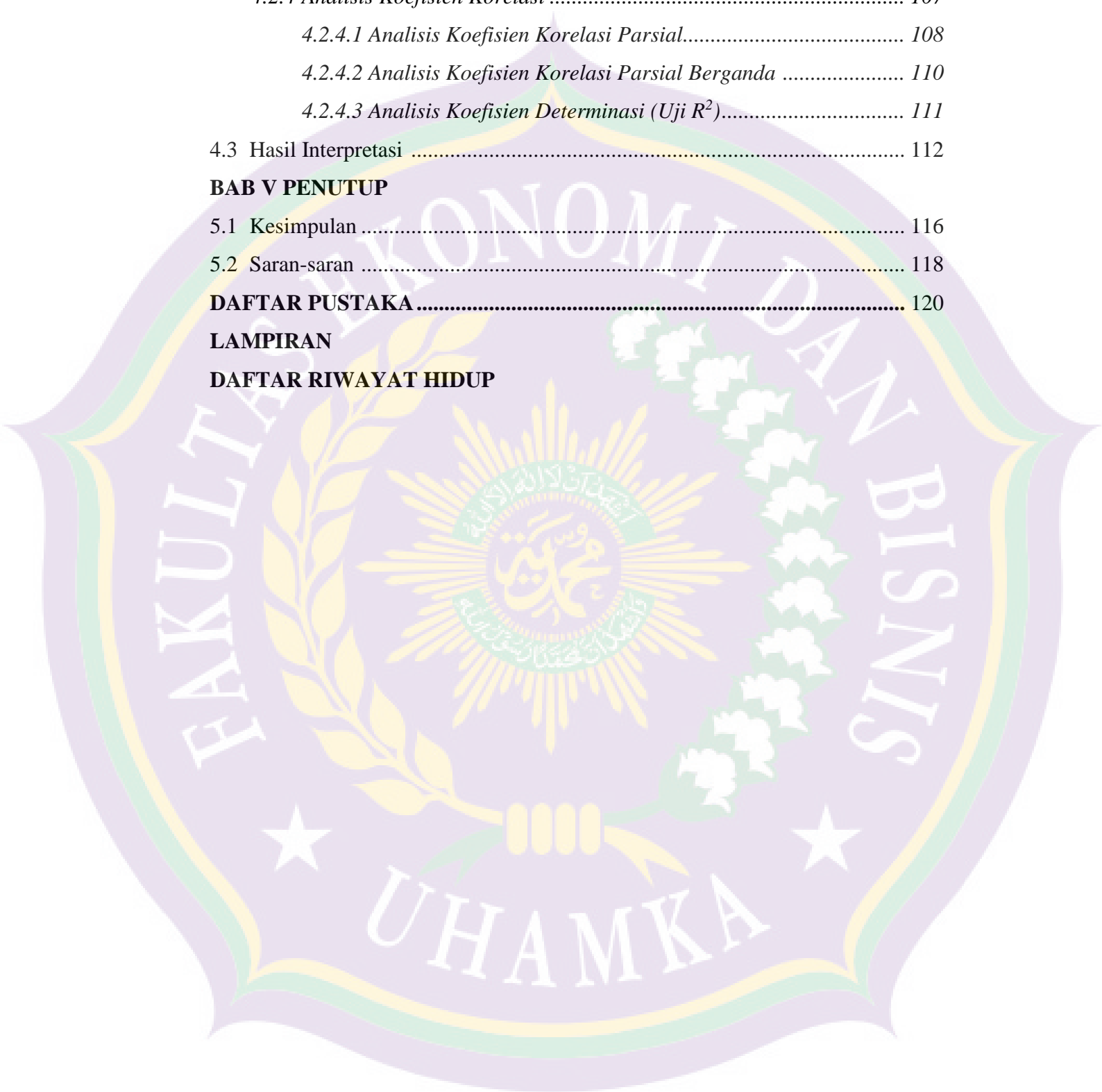
Halaman

HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
PENYATAAN UNTUK PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	6
1.2.1 Identifikasi Masalah	6
1.2.2 Pembatasan Masalah	6
1.2.3 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Telaah Pustaka	29
2.2.1 Akuntansi	29
2.2.1.1 Pengertian Akuntansi	29
2.2.1.2 Jenis-jenis Akuntansi	30

2.2.2 Laporan Keuangan.....	31
2.2.2.1 Pengertian Lpaoran Keuangan	31
2.2.2.2 Tujuan Laporan Keuangan.....	31
2.2.3 Grand Theory	32
2.2.3.1 Agency Theory (Teori Keagenan)	32
2.2.3. Teori Legitimasi.....	33
2.2.4 Corporate Sosial Responsibility.....	34
2.2.4.1 Pengertian Corporate Sosial Responsibility	34
2.2.4.2 Undang-Undang CSR.....	35
2.2.4.3 Pelaporan CSR	35
2.2.4.4 Pengukuran Pengungkapan CSR.....	36
2.2.5 Ukuran Perusahaan.....	37
2.2.5.1 Pengertian Ukuran Perusahaan.....	37
2.2.5.2 Pengukuran Ukuran Perusahaan	38
2.2.6 Growth.....	38
2.2.6.1 Pengertian Growth	38
2.2.6.2 Pengukuran Growth	39
2.2.7 Media Exposure	40
2.2.7.1 Pengertian Media Exposure	40
2.2.7.2 Pengukuran Media Exposure	41
2.2.7.3 CSR dan Media Online	41
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	42
2.4 Rumusan Hipotesis	44
BAB III METODELOGI PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian	45
3.2 Operasional Variabel	45
3.3 Populasi dan Sampel	48
3.4 Teknik Pengumpulan Data	50
3.4.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	50
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	50
3.5 Teknik Pengolah dan Analisis Data.....	51

3.5.1 Analisis Akuntansi	51
3.5.2 Analisis Statistik Deskriptif	53
3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
3.5.3.1 Model Regresi Linear Berganda	53
3.5.3.2 Uji Asumsi Klasik	54
3.5.3.3 Analisis Koefisien Korelasi	56
3.5.3.4 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	57
3.5.3.5 Uji Hipotesis	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	59
4.1.1 Gambaran Umum Corporate Social Responsibility di Indonesia	59
4.1.2 Sejarah Singkat Bursa Efek Indonesia	60
4.1.3 Profil Singkat Perusahaan Sampel.....	64
4.2 Hasil Pengolahan Data dan Pembahasan	66
4.2.1 Hasil Pengolahan Data	66
4.2.1.1 Ukuran Perusahaan.....	66
4.2.1.2 Growth.....	70
4.2.1.3 Media Exposure	74
4.2.1.4 Corporate Social Responsibility.....	79
4.2.2 Pembahasan	83
4.2.2.1 Analisis Akuntansi	83
4.2.2.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap CSR	83
4.2.2.3 Pengaruh Growth terhadap CSR.....	86
4.2.2.4 Pengaruh Media Exposure terhadap CSR	89
4.2.2.5 Pengaruh Ukuran Perusahaan, Growth dan Media Exposure terhadap CSR	91
4.2.3 Analisis Statistik	94
4.2.3.1 Analisis Statistik Deskriptif	94
4.2.3.2 Analisis Regresi Linear Berganda	95
4.2.3.3 Uji Asumsi Klasik	97
4.2.3.4 Uji Hipotesis	105

4.2.4 Analisis Koefisien Korelasi	107
4.2.4.1 Analisis Koefisien Korelasi Parsial.....	108
4.2.4.2 Analisis Koefisien Korelasi Parsial Berganda	110
4.2.4.3 Analisis Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	111
4.3 Hasil Interpretasi	112
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	116
5.2 Saran-saran	118
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1	Ringkasan Penelitian Terdahulu	19
2	Operasional Variabel Penelitian	46
3	Ringkasan Pemilihan Sampel	49
4	Daftar Sampel Subsektor Makanan dan Minuman	50
5	Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi..	57
6	Ukuran Perusahaan	67
7	<i>Growth</i>	70
8	<i>Media Exposure</i>	75
9	<i>Corporate Social Responsibility</i>	79
10	Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap CSR.....	84
11	Pengaruh <i>Growth</i> terhadap CSR.....	86
12	Pengaruh <i>Media Exposure</i> terhadap CSR	89
13	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Growth</i> dan <i>Media Exposure</i> terhadap CSR	92
14	Nilai Minimum, Maximum, Mean dan Standard Deviation....	95
15	Hasil Regresi Linear Berganda.....	96
16	Uji Normalitas	99
17	Uji Multikolinearitas	100
18	Uji Glesjer.....	102
19	Uji Autokorelasi.....	103
20	Hasil Uji <i>Cochrane-Orcutt</i>	104
21	Uji Statistik t.....	105
22	Uji Statistik F.....	107
23	Koefisien Korelasi Parsial antara Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan CSR	108
24	Koefisien Korelasi Parsial antara <i>Growth</i> dan Pengungkapan CSR	109

25	Koefisien Korelasi Parsial antara <i>Media Exposure</i> dan Pengungkapan CSR	110
26	Analisis Koefisien Korelasi Berganda.....	111
27	Hasil Pengujian Ukuran Perusahaan, <i>Growth</i> dan <i>Media Exposure</i> Terhadap Pengungkapan CSR.....	112



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1	Skema Pemikiran Teoritis	43
2	Grafik <i>Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual</i>	98
3	Grafik Scatterplot	101
4	Daerah Pengujian <i>Durbin Watson</i>	103



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1	Daftar Populasi Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman	1/41
2	Daftar Sampel Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman	2/41
3	Laporan Keuangan dan CSR PT Nippon Indosari Corpindo Tbk Tahun 2014 s/d 2018.....	3/41
4	Item Pengungkapan CSR.....	22/41
5	Resume Pengungkapan CSR Tahun 2014 s/d 2018	25/41
6	<i>Output SPSS Versi 26</i>	34/41
7	Surat Tugas	38/41
8	Catatan Konsultasi Skripsi Pembimbing 1	39/41
9	Catatan Konsultasi Skripsi Pembimbing 2	40/41
10	Daftar Riwayat Hidup	41/41

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Isu yang berhubungan dengan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) di Indonesia sudah mulai diperbincangkan sehingga muncul tuntutan dari publik, salah satunya adalah tuntutan masyarakat kepada perusahaan. CSR di Indonesia diatur dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dalam Pasal 74 yang menjelaskan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Jika perseroan tidak melaksanakan CSR, maka perusahaan akan dikenakan sanksi. Kemudian UU No. 40 Tahun 2007 dalam Pasal 66 Ayat 2 C dijelaskan bahwa perseroan wajib melaporkan mengenai pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam *annual report*.

Salah satu jenis perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yaitu perusahaan manufaktur. Perusahaan manufaktur itu sendiri yaitu perusahaan dalam aktivitasnya mengelola bahan baku menjadi barang jadi yang kemudian barang yang tersebut dijual. Adapun sektor perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI terbagi menjadi 3 sektor yaitu, Sektor Industri Dasar dan Kimia, Sektor Aneka Industri, dan Sektor Industri Barang Konsumsi.

Perusahaan sektor industri barang konsumsi didalamnya terdapat perusahaan subsektor industri makanan dan minuman merupakan industri yang terus mengalami pertumbuhan yang baik karena semakin banyaknya permintaan konsumen. Namun keberadaan perusahaan manufaktur mempunyai dampak yang

lebih banyak dibandingkan jenis perusahaan jasa atau dagang. Perusahaan makanan dan minuman juga menimbulkan dampak yang kurang baik bagi lingkungan dan kesehatan masyarakat karena aktivitas produksinya menimbulkan banyak limbah dan asap yang mencemari udara sekitar wilayah operasinya.

Salah satu fenomena CSR terjadi pada perusahaan di Tanjung Pinang, Kepulauan Riau yaitu PT Panca Rasa Pratama, perusahaan ini memproduksi teh prendjak yang memiliki beberapa anak perusahaan. Perusahaan ini tidak ada pengelolaan limbah dan membuang limbah ke saluran pembuangan serta tidak ada penampungan limbah tersebut. Berdasarkan hasil penyelidikan Direkrimsus Polda Kepulauan Riau, limbah yang dihasilkan oleh perusahaan ini berupa limbah oli yang membahayakan lingkungan. Tindakan yang dilakukan perusahaan ini merupakan pelanggaran undang-undang lingkungan hidup dan sumber daya air.

Penyidik Polda Kepri memanggil *Manager* Operasional PT Panca Rasa Pratama, perusahaan produksi teh prendjak Tanjung Pinang, pemanggilan ini terkait pencemaran lingkungan atau pembuangan limbah ke saluran pembuangan . Akibat dari limbah perusahaan yang menyebabkan pencemaran lingkungan, maka perusahaan terancam ditutup. (liputan6.com, 2 Desember 2019)

Fenomena adanya dampak buruk tersebut mendorong pihak yang terkait seperti pemerintah untuk menekan pelaku bisnis dalam bertanggung jawab atas dampak buruk tersebut. Tanggung jawab perusahaan itu bukan hanya sekedar dalam perspektif rasa iba atau moral pihak perusahaan terhadap masyarakat, namun juga merupakan kewajiban perusahaan atas dampak buruk yang muncul

sebab adanya aktivitas dari industri mereka yang dikenal sebagai *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*.

Perkembangan pelaksanaan CSR di Indonesia terlihat dengan banyaknya perusahaan yang mengimplementasikan CSR baik dalam bentuk amal (*charity*) maupun bentuk pembedayaan (*empowerment*). Pada *annual report* perusahaan sudah menyebutkan aspek pertanggung jawaban sosial walaupun dalam bentuk yang relatif sederhana. Setiap perusahaan berhak memilih bentuk pengungkapan yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Walaupun informasi mengenai CSR yang diungkap dalam *annual report* perusahaan belum ditampilkan secara mendetail, tetapi usaha perusahaan dalam menyadari pentingnya informasi yang berkaitan dengan CSR harus tetap dihargai.

Praktik CSR sesuai dengan teori legitimasi, dimana setiap perusahaan harus mampu memahami bahwa tanggung jawabnya bukan hanya sekedar kepada para pemegang saham saja, tetapi perusahaan harus mampu untuk memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan di sekitarnya. Perusahaan dapat memanfaatkan pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan dalam *annual report* sebagai kesan positif, sehingga perusahaan dapat diterima dengan baik di masyarakat. Nilai positif yang didapat dari masyarakat diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan, dengan demikian profit yang diperoleh perusahaan pun mengalami peningkatan.

Pada praktik penerapan CSR dipengaruhi beberapa faktor. Penelitian ini fokus pada variabel Ukuran Perusahaan, *Growth* atau pertumbuhan perusahaan dan *Media Exposure*. Ketiga variable tersebut dipilih karena dianggap mampu

mempengaruhi luasnya pengungkapan CSR yang dilakukan oleh setiap perusahaan.

Ukuran Perusahaan berkaitan dengan teori agensi yaitu adanya hubungan kontrak antara principal dan agen, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, oleh karena itu perusahaan yang berukuran besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi dibandingkan dengan perusahaan kecil. Besar kecilnya Ukuran Perusahaan dapat diukur melalui total nilai aktiva. Semakin besar nilai item-item tersebut maka semakin besar pula Ukuran Perusahaan itu. Dengan demikian, semakin besar Ukuran Perusahaan maka ada kewajiban perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR.

Ukuran Perusahaan diduga berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan harus menjaga hubungan baik dengan *stakeholder* melalui kegiatan CSR dan memberi informasi kegiatan tersebut melalui pengungkapan CSR. Hasil penelitian relatif konsisten menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR (Harjanti, 2018). Namun, penelitian yang lain tidak berhasil menunjukkan hubungan antara variabel Ukuran Perusahaan dengan pengungkapan CSR (Sri, 2018).

Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi CSR adalah *Growth* atau pertumbuhan perusahaan. Perusahaan bertumbuh memiliki *trade off* untuk melakukan CSR karena fokus pada investasi yang dilakukannya. Berdasarkan penelitian sebelumnya menunjukkan hasil bahwa variabel *Growth* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR (Mella, 2015). Namun, penelitian lainnya

menggunakan pertumbuhan penjualan sebagai pengukur *Growth* menemukan bahwa *Growth* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR (Rodita, 2017).

Selain itu, variabel *Media Exposure* adalah penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media dan media yang dikonsumsi. Perusahaan-perusahaan saat ini sudah banyak memanfaatkan media untuk mengkomunikasikan kegiatannya. Di dalam penelitian ini pengukuran pengungkapan media yaitu dengan penggunaan internet (*website*) oleh perusahaan dalam mengungkapkan kegiatan CSR. Pemilihan internet dengan *website* perusahaan dipilih karena dianggap mudah diakses oleh pengguna informasi serta mampu memberikan informasi yang lebih lengkap dibanding media elektronik seperti televisi dan radio, ataupun media cetak seperti koran.

Beberapa studi menemukan bahwa *Media Exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR (Elok, 2016). Sedangkan penelitian lain menunjukkan bahwa *Media Exposure* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* (Dwi, 2015)

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti ingin melakukan penelitian lebih lanjut bagaimana pengaruh masing-masing variabel dengan judul penelitian **“Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Growth* dan *Media Exposure* Terhadap Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*”**.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*?
2. Apakah *Growth* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*?
3. Apakah *Media Exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*?
4. Apakah Ukuran Perusahaan, *Growth* dan *Media Exposure* secara simultan berpengaruh terhadap *Corporate Sosial Responsibility*?

1.2.2 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah bertujuan untuk mencapai tujuan penelitian, maka penelitian ini hanya fokus pada variabel Ukuran Perusahaan yang diukur dengan rasio *log asset*, variabel *Growth* yang diukur dengan rasio pertumbuhan penjualan suatu perusahaan serta variabel *Media Exposure* yang diukur menggunakan *dummy variabel* melalui *website* perusahaan. Sedangkan variabel dependen yaitu variabel pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) yang diukur menggunakan rasio sesuai dengan item pengungkapan berdasarkan Peraturan BAPEPAM KEP-431/BL/2012 tentang laporan tahunan emiten atau perusahaan publik yang terdiri dari 78 item. Penelitian ini fokus pada perusahaan subsektor industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode

yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 5 (lima) tahun, yaitu tahun 2014 s/d 2018.

1.2.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah dan pembatasan masalah yang telah diuraikan diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut: “Bagaimana pengaruh Ukuran Perusahaan, *Growth* dan *Media Exposure* terhadap pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Growth* terhadap pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Media Exposure* terhadap pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*.
4. Untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan, *Growth* dan *Media Exposure* secara simultan terhadap *Corporate Sosial Responsibility*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi semua pihak yang berkepentingan yaitu antara lain :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberi pemahaman mengenai seberapa besar pengungkapan CSR setiap perusahaan dengan pengembangan teori yang didapatkan oleh peneliti dalam perkuliahan.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini bermanfaat untuk perusahaan sebagai masukan dalam pengembangan penerapan CSR dan meningkatkan kesadaran perusahaan dalam melaksanakan pengungkapannya yang akan berpengaruh pada eksistensi perusahaan dalam jangka waktu panjang.

3. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan akan memberikan gambaran tentang informasi dalam pengambilan keputusan investasi berdasarkan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunan.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan literatur bagi peneliti selanjutnya. Selain itu, diharapkan dapat memberikan pengembangan teori dan pengetahuan akuntansi yang berfokus pada pengungkapan CSR perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, H. (2015). *Dasar-dasar Audit Laporan Keuangan Jilid 1 Edisi Kelima*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Adawiyah, I. R. (2013). Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Pengungkapan CSR.
- Agus, R. (2013). *Statistik Deskriptif*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Akbar, T. (2019). *Kajian Kinerja Profitabilitas Bank pada Perspektif Bank Umum Berdasarkan Kegiatan Usaha*. Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Alfarizi, A. G. (2016). *Pengaruh Media Exposure, Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Struktur Kepemilikan Saham Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*.
- Andreas, D. W. (2015). The Effect Of Firm Size, Media Exposure and Industry Sensivity to Corporate Social Responsibility Disclosure and Its Impact on Investor Reaction. *International COnference on Accounting Studies (ICAS)* .
- Apriyani, M. (2015). Pengaruh Media Exposure, Growth dan Nilai Pasar Terhadap Corporate Social Responsibility.
- Ardianto, d. (2014). *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Baric, A. (2017). Corporate Social Responsibility And Stakeholders. *Business System Research Vol. 8 No.1*.
- Bidhari, S. C. (2013). Effect of Corporate Social Responsibility Information Disclosure on Financial Performance and Firm Value in Banking Industry. *European Journal of Business and Management Vol.5, No.8 ISSN 2222-1905*.
- David, H. (1996). Some Determinants of Social and Environmental Disclosure in New Zealand Companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal, Vol.9, No.1*, 77-108.
- Erwan Agus Purwanto., D. R. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Gava Media.
- F Brigram., E. H. (2013). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Gassing, S. S. (2016). *Public Relation*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi 8*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gregocy. (2015). CSR and Firm Value:disaggregating The Effect on Cash Flow, Risk and Growth. *Journal of Business Ethics*.
- Gunawan, A. (2014). *Membuat Program CSR Berbasis Pemberdayaan Partisipasif*. Yogyakarta: CV Garuda.
- Harahap, S. S. (2013). *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan Edisi 11*. Jakarta: Rajawali Pres.
- Harrison Jr., W. T. (2012). *Akuntansi Keuangan IFRS Edisi Kedelapan Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Hartono, J. (2015). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi Edisi 10*. Yogyakarta: BPFE.
- Hasan, S., & Andriany, D. (2015). *Pengantar CSR*. Jambi: JOB Pertamina.
- Hasnia, S. R. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Growth dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Daerah Volume 12, Nomor 1*, 56-71.
- Herawati, H. (2015). Corporate Governance, Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility . *Jurnal Riset Akuntansi*, 203-217.
- Hery. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Grasindo.
- _____. (2017). *Teori Akuntansi Pendekatan Konsep dan Analisis*. Jakarta: PT Grasindo.
- HM, D. R. (2015). Pengaruh Size Firm, Tipe Industri, Profitabilitas, Kinerja Lingkungan Dan Media Exposure Terhadap Corporate Social Disclosure Responsibility. *Perpustakaan Trisakti School Of Management*.
- Horne, V. d. (2013). *Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan Edisi Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Imran, A. I. (2017). *Corporate Social Responsibility In The Digital Era* . Sleman: CV Budi Utama.
- Indonesia, I. A. (n.d.). *PSAK No.1 Tentang Laporan Keuangan-edisi revisi 2015*. Penerbit Dewan Standar Akuntansi Keuangan: PT. Raja Grafindo.
- Irham, F. (2012). *Analisis Kinerja Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Kasmir. (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- _____. (2014). *Analisis Laporan Keuangan, Edisi Pertama, Cetakan Ketujuh*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Kasten, K. (2013). *Media Exposure and Risk*. Wyman Street, Waltham, MA: Elsevier.
- Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal Dan Lembaga Keuangan Nomor: Kep-431/BI/2012. Tentang Penyampaian Laporan Tahunan Emiten Atau Perusahaan Publik.
- Lolombulan, J. H. (2017). *Statistika bagi Peneliti Pendidikan*. Yogyakarta: Andi.
- Lucyanda, J. (2012). The Infuebce of Company Charasteristics Toward CSR Disclosure. *The International Conference on Business and Management* , 601-619.
- Mardikanto, T. (2014). *Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Korporasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Muhardi, W. R. (2013). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nuriwan. (2018). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan yang dimoderasi oleh CSR dan GCG. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Vol.6*, 11-24.
- Nurjanah, N. (2015). Kinerja Lingkungan, Leverage, Profil Dan Pertumbuhan Perusahaan Pengaruhnya Terhadap CSR Disclosure.
- Prima, B. (2015). Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.
- Purwanto, E. A., & Sulistyastuti, D. R. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Administrasi Publik dan Masalah-masalah Sosial*. Yogyakarta: Gava Media.
- R.A, Supriyono. (2018). *Akuntansi Keprilakukan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Respati, R. D. (2015). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility.
- Retnoningtyas, D. (2015). Pengaruh Size Firm, Tipe Industri, Profitabilitas, Kinerja Lingkungan dan Media Exposure Terhadap CSR.
- Sembiring, Eddy Rismanda. (2005). Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial . *Simposium Nasional Akuntansi 8*.
- Rohman, D. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility di Dalam Laporan Substanability (Studi Empiris

- Pada Perusahaan yang listing di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2013). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 243-262.
- Rosdianto, U. (2013). *CSR Communication a Framework for PR Practitioners*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rusdianto, U. (2013). *CSR Communication a Framework for PR Practitioners*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- S, W. C. (2014). *Accounting Indonesia Adaptation*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sandhika. (2013). Effect of Corporate Social Responsibility Information Disclosure on Financial Performance and Firm Value in Banking Industry. *European Journal of Business and Management Vol.5, No. 8 ISSN*.
- Silviana Agustami, S. H. (2015). Pengaruh Profitabilitas Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Riset akuntansi dan Keuangan*, 753-760.
- Soraya, E. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Sales Growth, Dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.
- Sridadi, A. R. (2016). *Pedoman Perjanjian Kerja Bersama*. Malang: Empatdua Media.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwardjono. (2014). *Teori Akuntansi (Perekayasaan Pelaporan Keuangan) Edisi Ketiga*. Yogyakarta: BPFPE.
- Syairozi, M. I. (2019). *Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Manufaktur dan Perbankan*. Malang: Tidar Media.
- Tamburaka, A. (2013). *Literasi Media : Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Tim Penyusun. (2014). *Pedoman Penyusunan Skripsi fakultas Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
- Ulum, I. (2017). *Intellectual Capital: Model Pengukuran, Framework Pengungkapan dan Kinerja Organisasi*. Malang: UMM Press.
- Undang-Undang No 40 . (2007). *Perseroan Terbatas*.
- Untung, B. (2014). *CSR dalam Dunia Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Utami, S. (2018). Pengaruh Leverage, Size Perusahaan, Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia Periode 2014-2016.

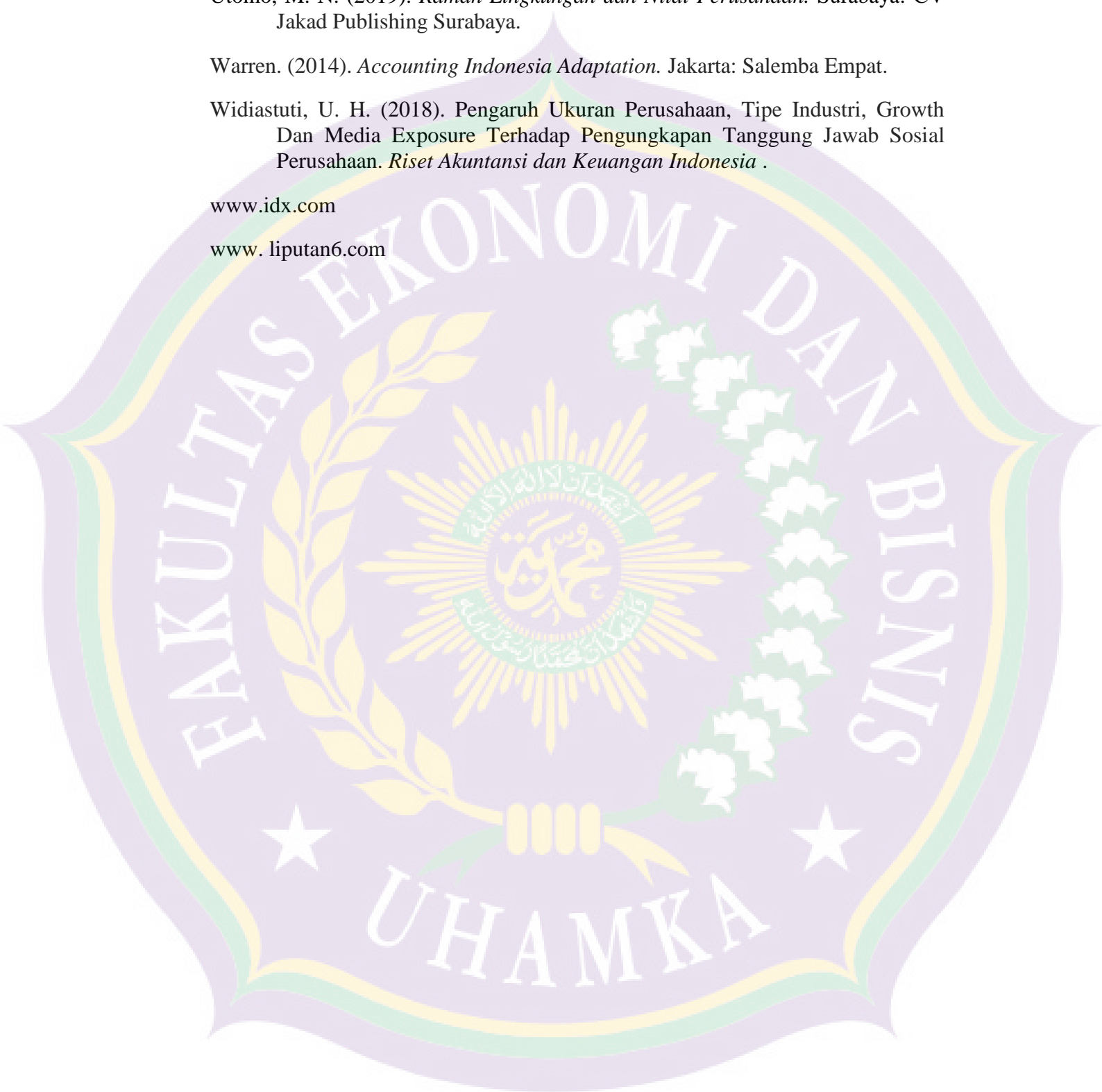
Utomo, M. N. (2019). *Ramah Lingkungan dan Nilai Perusahaan*. Surabaya: CV Jakad Publishing Surabaya.

Warren. (2014). *Accounting Indonesia Adaptation*. Jakarta: Salemba Empat.

Widiastuti, U. H. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, Growth Dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia* .

www.idx.com

www.liputan6.com





LAMPIRAN