

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pengertian CSR sudah banyak didefinisikan oleh kelompok tertentu dan para ahli. Namun, tidak satupun dari mereka yang dapat diterima secara universal. Karena, karena pada dasarnya setiap orang bisa saja mendefinisikan CSR menurut pandangannya. Meskipun sebenarnya setiap definisi yang beragam itu memiliki ciri-ciri yang sama terhadap inti dari CSR itu sendiri. Dengan kata lain, meskipun jenis kata yang digunakan berbeda namun tujuan dan maksud dari kata-kata itu sama.

Maraknya pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) belakangan ini, patut untuk dirayakan. Betapa tidak, perusahaan yang dulu hanya peduli pada keuntungan (*profit*), kini juga memperhatikan kesejahteraan masyarakat (*people*) disamping keseimbangan lingkungan. Melalui CSR, perusahaan kini lebih manusiawi. Jika kegiatan sosial dilakukan oleh lembaga sosial, tentu telah menjadi hal yang wajar. Namun, perusahaan yang lazimnya hanya bertugas mengumpulkan keuntungan, kini justru akrab dengan kegiatan-kegiatan sosial yang mulia.

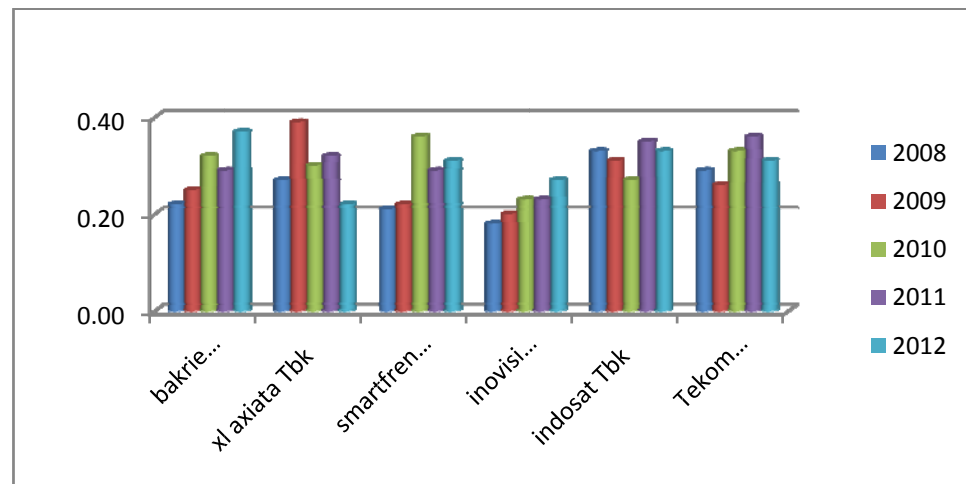
Corporate Social Responsibility (CSR) atau yang lebih kita kenal dengan tanggung jawab sosial perusahaan saat ini sesungguhnya telah menjadi fenomena global. Hal ini bukan hal yang baru lagi terutama pada saat ini. Di Geneva, Swiss, pada 5 Juli 2007 telah dilangsungkan konferensi UN Global Compact, dihadiri lebih

600 eksekutif senior perusahaan dunia. Tujuan konferensi adalah memperbaiki praktik bisnis dengan memperhatikan lingkungan hidup dan aspek sosial di dalam dan di luar perusahaan.

Korporasi diminta memperlihatkan kepedulian dan tanggungjawab kemasyarakatan lebih besar. Fenomena global ini juga melanda Indonesia. Perkembangan pelaksanaan CSR di Indonesia ditandai, sudah banyak perusahaan mengimplementasikan CSR. Perusahaan semakin banyak menerapkan CSR baik dalam bentuk amal (*charity*) maupun pemberdayaan (*empowerment*). Setidaknya bisa dilihat dari gencarnya publikasi berkait dengan implementasi CSR di media cetak dan elektronik.

Perkembangan CSR di Indonesia dapat dilihat dari beragam upaya Pemerintah Provinsi, Kabupaten dan Kota untuk menerbitkan peraturan perundang-undangan terkait dengan pelaksanaan CSR di wilayah Propinsi, Kabupaten dan Kota bersangkutan.

Berikut ini menunjukkan grafik 1.1 penelitian secha yuliastri baini 2014 "pengaruh kinerja keuangan perusahaan terhadap CSR (studi empiris pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2008-2012).



Grafik 1.1

Secha Yuliasri Bani (2014) "Pengaruh kinerja keuangan perusahaan terhadap CSR (studi empiris pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2008-2012).

Meskipun demikian masih banyak pihak dalam hal ini perusahaan, masih kurang memahami dan menyadari pentingnya pelaksanaan CSR tersebut. Hal ini bisa dilihat dari pengungkapan aktivitas CSR di dalam laporan tahunan perusahaan yang masih minim.

Ada beberapa pandangan, alasan ataupun tanggapan perusahaan terhadap aktivitas CSR itu sendiri, yaitu :

1. Perusahaan sudah mengetahui tapi tidak melaksanakan CSR.

Dalam kasus seperti ini perusahaan sudah mengetahui apa yang memang menjadi tanggung jawab sosial perusahaan itu tetapi tidak melaksanakannya.

Mungkin hal ini disebabkan oleh adanya pemahaman bahwa aktivitas CSR hanyalah program yang menghabiskan dana saja tanpa memberikan keuntungan ekonomis bagi perusahaan. Atau mungkin, perusahaan merasa baik-baik saja di dalam operasinya meskipun tidak melakukan aktivitas CSR tersebut.

2. Perusahaan hanya sekedar melakukan aktivitas CSR.

Dalam kasus seperti ini perusahaan sudah mengetahui pentingnya CSR itu akan tetapi pelaksanaannya terkesan hanya sekedar saja agar kelihatan baik atau etis didepan publik.

Kedua pandangan tersebut dapat terjadi karena kurangnya kesadaran atau seberapa pentingnya CSR bagi keberlangsungan perusahaan. Disamping itu, tidak adanya peraturan yang dengan tegas dari pemerintah membuat kinerja CSR dari perusahaan-perusahaan di Indonesia masih kurang.

Pada dasarnya perusahaan didirikan untuk memiliki satu tujuan yaitu mencari keuntungan atau profit. Perusahaan berusaha sebaik-baiknya memanfaatkan sumber

daya manusia dan sumber daya alam yang ada di sekitar perusahaan tersebut untuk mendapatkan keuntungan setinggi-tingginya.

Seiring aktivitas operasi perusahaan, tanpa disadari atau memang disadari sudah merugikan bahkan merusak sumber daya yang telah digunakan. Untuk mengembangkannya secara konsisten, perusahaan perlu melakukan CSR sebagai wujud pertanggungjawaban atas penggunaan dan perhatian perusahaan terhadap lingkungan sekitar dan sumber daya. Di samping itu, dengan melaksanakan CSR dapat menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap para stakeholder di sekitar perusahaan secara khususnya.

Praktik pengungkapan CSR telah banyak diterapkan oleh perusahaan manufaktur di Indonesia. Pada laporan tahunannya, perusahaan telah menyebutkan aspek pertanggungjawaban sosial walaupun dalam bentuk yang relatif sederhana. Perusahaan berhak memilih bentuk pengungkapan yang sesuai dengan kebutuhan dan kompleksitas organisasinya. Meskipun informasi mengenai CSR yang diungkap dalam laporan tahunan tersebut belum mendetail, itikad baik perusahaan ini perlu untuk mendapatkan apresiasi, setidaknya perusahaan telah menyadari pentingnya informasi yang terkait dengan CSR.

Sembiring¹ mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan berbanding lurus dengan biaya keagenan sehingga diperlukan pengungkapan informasi yang luas. Perusahaan yang memiliki sumber daya yang relatif besar memiliki kemampuan untuk mendorong penyediaan informasi untuk keperluan operasi perusahaan.

Konsep CSR mulai dikenal sejak awal 1970-an, yang secara umum diartikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktek yang berhubungan dengan stakeholder, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk kontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Pihak-pihak yang berkepentingan dalam sebuah perusahaan adalah pelanggan, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, supplier dan juga kompetitor.

Adapun alasan penting mengapa harus melakukan CSR yaitu untuk mendapatkan keuntungan sosial, mencegah konflik dan persaingan yang terjadi, kesinambungan usaha/bisnis, pengelolaan sumber daya alam serta pemberdayaan masyarakat dan sebagai *License to Operate*.

Dalam implementasi CSR perusahaan tidak hanya mendapatkan keuntungan ekonomi, tetapi juga secara sosial dan lingkungan alam bagi keberlanjutan perusahaan serta mencegah terjadinya konflik. Isu CSR adalah suatu topik yang berkenaan dengan etika bisnis.

¹Sembiring, R.E. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Makalah disajikan dalam Simposium Nasional Akuntansi VIII*, 15–16 Oktober di Solo

Pada umumnya, implementasi dari etika bisnis yang berkembang sekarang ini diwujudkan dalam bentuk CSR, yaitu suatu bentuk kepekaan, kepedulian dan tanggung jawab sosial perusahaan untuk ikut memberikan manfaat terhadap masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan itu beroperasi.

CSR adalah sebuah konsep yang tidak hadir secara instan. CSR merupakan hasil dari proses panjang dimana konsep dan aplikasi dari konsep CSR pada saat sekarang ini telah mengalami banyak perkembangan dan perubahan dari konsep-konsep terdahulunya. Di wilayah Asia, konsep CSR berkembang sejak tahun 1998, tetapi pada waktu tersebut belum terdapat suatu pengertian maupun pemahaman yang baik tentang konsep CSR.

Sementara itu, di Indonesia konsep CSR mulai menjadi isu yang hangat sejak tahun 2001, dimana banyak perusahaan maupun instansi-instansi sudah mulai melirik CSR sebagai suatu konsep pemberdayaan masyarakat. Perkembangan tentang konsep CSR pun pada dasarnya semakin meningkat lebih baik, ditinjau dari segi kualitas maupun kuantitas.

Pengungkapan informasi dalam laporan tahunan perusahaan itu dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*). Pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) merupakan pengungkapan minimum yang harus diungkapkan (*diwajibkan*

peraturan). Sedangkan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) dapat diartikan perusahaan bebas memilih jenis informasi yang akan diungkapkan yang sekiranya dapat mendukung dalam pengambilan keputusan.

Adapun salah satu jenis pengungkapan informasi sukarela adalah pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan. Dengan memperlihatkan tanggung jawab sosial melalui pengungkapan CSR dalam media, termasuk dalam laporan tahunan perusahaan, perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial. Dengan menerapkan CSR, diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang.

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur *go public* yang ada di Indonesia. Perusahaan manufaktur sangat penting keberadaannya pada negara sedang berkembang seperti Indonesia. Di Indonesia sendiri, telah banyak perusahaan-perusahaan manufaktur yang berdiri dengan keunggulan masing-masing.

Perusahaan-perusahaan tersebut turut membantu dalam mensukseskan program pembangunan nasional, yakni mencapai masyarakat adil dan makmur. Perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang memproses bahan mentah hingga berubah menjadi barang yang siap untuk dipasarkan yang melibatkan berbagai sumber bahan baku, proses produksi, dan teknologi.

Dalam menjaga eksistensinya, perusahaan tidak dapat dipisahkan dengan masyarakat sebagai lingkungan eksternalnya. Ada hubungan timbal balik antara perusahaan dengan masyarakat. Perusahaan dan masyarakat adalah pasangan hidup yang saling memberi dan membutuhkan. Kontribusi dan harmonisasi keduanya akan menentukan keberhasilan pembangunan bangsa. Dua aspek penting harus diperhatikan agar tercipta kondisi sinergis antara keduanya sehingga keberadaan perusahaan membawa perubahan ke arah perbaikan dan peningkatan taraf hidup masyarakat.

Untuk melengkapi pelaksanaan pengelolaan lingkungan hidup, pemerintah melalui Kementerian Negara Lingkungan Hidup (KNLH) membentuk Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER) sebagai bentuk pengawasan sekaligus upaya transparansi dan pelibatan masyarakat dalam pengelolaan lingkungan.

Walaupun demikian, item-item pengungkapan dan bagaimana pengungkapannya belum diatur secara terperinci. Informasi yang lengkap, akurat, dan tepat waktu dibutuhkan oleh investor untuk pengambilan keputusan yang rasional.

Sembiring² mengungkapkan bahwa salah satu informasi yang sering diminta untuk diungkapkan oleh perusahaan adalah mengenai informasi tanggung jawab

²Sembiring. *Loc.Cit.*

sosial. Informasi tanggung jawab sosial ini dapat berupa ketersediaan informasi tentang keuangan dan non keuangan.

Tetapi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan kepada publik masih bersifat voluntary (sukarela) karena belum ada penegakkan peraturan tentang CSR. Dibuktikan dengan pernyataan PSAK No 1 (revisi 2009) paragraf 12 menyebutkan bahwa perusahaan dalam mengungkapkan CSR melalui annual report masih bersifat sukarela. Pengungkapan CSR ini merupakan salah satu bentuk sustainable reporting (laporan berkelanjutan) yang melibatkan tiga unsur, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan dan dikeluarkan oleh GRI (Global Reporting Initiative).

Pengungkapan pertanggungjawaban sosial diatur dalam UU No.40 pasal 66 ayat 2 tahun 2007 yang menyatakan bahwa laporan tahunan juga memuat laporan pertanggungjawaban sosial dan lingkungan.

Pengungkapan pertanggungjawaban sosial dalam laporan tahunan perusahaan merupakan bentuk dari transparansi kinerja perusahaan kepada publik sesuai dengan prinsip *good corporate government* (Beattie, et al, 2002 dalam Fauzi, 2007)³. Menurut Hermawati (2008)⁴ kini cukup banyak perusahaan yang mengungkapkan kinerja lingkungan dan tanggung jawab sosialnya melalui laporan tahunan atau laporan terpisah yang disebut *sustainability reporting* dan media lainnya seperti *website*. Hal

³Fauzi, Hasan. 2007. *Corporate Social and Financial Performance: Empirical Evidence from America*

⁴Herawaty, Vinola, 2008, "Peran Praktek *Corporate Governance* Sebagai *Moderating Variable* Dari Pengaruh *Earnings Management* Terhadap Nilai Perusahaan", Simposium Nasional Akuntansi 11 Pontianak 23-24 Juli 2008.

ini diakibatkan dari tekanan global terhadap dunia usaha yang semakin meningkat dan menuntut akuntabilitas, responsibilitas dan transparansi perusahaan atas kinerja dan tanggung jawab sosialnya.

Dengan menerbitkan *sustainable reporting* termasuk pengungkapan CSR memberikan keuntungan bagi perusahaan. Meskipun sebenarnya perusahaan memiliki motivasi berbeda-beda dalam menerbitkan *sustainable reporting*. Berdasarkan *survey* yang dilakukan oleh *Boston College Center for Corporate Citizenship and Ernst & Young 2013* bahwa lebih dari 50% responden menerbitkan *sustainability report* membantu meningkatkan reputasi perusahaan mereka.

CSR juga punya tujuan untuk mendorong dunia usaha menjadi lebih etis dalam menjalankan aktivitasnya agar tidak berpengaruh atau berdampak buruk terhadap masyarakat dan lingkungan hidup, sehingga pada akhirnya dunia usaha akan dapat bertahan secara berkelanjutan (*sustainability*) untuk memperoleh manfaat ekonomi yang menjadi tujuan awal dibentuknya usaha tersebut.

Kesadaran tentang pentingnya CSR ini menjadi tren seiring dengan semakin maraknya kepedulian masyarakat global terhadap produk yang ramah lingkungan. Di samping itu, beberapa peristiwa yang terjadi belakangan ini di Indonesia juga ikut menyadarkan terhadap pentingnya penerapan CSR bagi seluruh perusahaan di dunia, khususnya di Indonesia, sebagai contoh perusahaan manufaktur yaitu PT Semen

Baturaja yang dicurigai diakibatkan oleh Emisi gas buang dari hasil produksi perusahaan tersebut. DINKES Kab OKU hingga akhir tahun 2012 saja, sudah ada 11.820 warga menderita ISPA (Infeksi Saluran Pernafasan Akut), hal ini terjadi di sekitar wilayah PT Semen Baturaja. Kasus tersebut banyak mengakibatkan kerugian yang sangat besar masyarakat umum. Kasus ini sudah ada sejak tahun 2011, bahkan di tahun 2013 meningkat sekitar 20%. Hal ini semakin menunjukkan pentingnya pengungkapan CSR bagi dunia bisnis di Indonesia. Dimana perusahaan harus memiliki tanggung jawab terhadap hasil produksi atau limbah sisa produksi yang bisa membahayakan masyarakat sekitar.

Standar pengungkapan CSR yang berkembang di Indonesia merujuk pada standart *Global Reporting Indeks* (GRI). Indeks GRI dapat dijadikan dasar perusahaan dalam melaksanakan praktik pengungkapan CSR. Tetapi tidak semua perusahaan mengungkapkan CSR dalam *annual report*-nya.

Luas pengungkapan CSR dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain *Good Corporate Governance*, Ukuran Perusahaan, dan Ratio Profitabilitas. Karakteristik GCG dapat dijelaskan melalui Dewan Komisaris, Dewan Direksi, Komite Audit, Kepemilikan Saham Institusional, Kepemilikan Saham Manajerial, Kepemilikan Saham Asing, dan Kepemilikan Saham Terkonsentrasi. Ukuran perusahaan dijelaskan melalui total asset, semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin

berkepentingan dalam mengungkapkan informasi CSRnya. Sedangkan proksi tingkat profitabilitas dapat dijelaskan melalui ROE, ROA, NPM (Net Profit Margin).

Penelitian Rosmarita (2007)⁵ menemukan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR suatu perusahaan dalam hal ini hanya pada laporan tahunan perusahaan manufaktur antara lain: kepemilikan manajemen, leverage, ukuran perusahaan, dan profitabilitas.

Penelitian ini dimotivasi karena masih rendahnya kualitas dan kuantitas praktik pengungkapan tanggung jawab di Indonesia bila dibandingkan dengan Negara-negara lain. Sebagaimana disampaikan Utama dalam Waryanto (2010)⁶, bahwa Corporate Governance perusahaan akan menentukan arah dan kebijakan perusahaan, termasuk diantaranya kegiatan CSR beserta pelaporannya, maka apabila perusahaan di Indonesia sudah menerapkan GCG, seharusnya praktik pelaksanaan dan pengungkapan CSR akan semakin baik.

Hari Suyono dan Andri Prastiwi (2011)⁷ menyatakan bahwa pengungkapan CSR dipengaruhi oleh tingkat rasio profitabilitas karena perusahaan yang memiliki kinerja keuangan yang baik akan memiliki kepercayaan yang tinggi untuk

⁵Rosmasita, Hardhina, 2007, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (*Social Disclosure*) Dalam Laporan Keuangan Tahunan Perusahaan Manufaktur di BEJ", Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.

⁶Waryanto. 2010. Pengaruh Karakteristik *Good Corporate Governance* (GCG) Terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia. Skripsi S-1. Semarang. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro

⁷Suryono, Hari dan Andri Prastiwi. 2011. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan *Corporate Governance* (CG) Terhadap Praktik Pengungkapan *Sustainability Report* (SR)", dalam Simposium Nasional Akuntansi XIV Aceh 2011 Universitas Syiah Kuala Banda Aceh. Aceh.

menginformasikannya kepada stakeholder, dalam penelitian ini tingkat profitabilitas diukur menggunakan ROA. Menurut Cowen dalam Waryanto (2010) menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar memiliki pengaruh dan aktivitas yang banyak terhadap masyarakat, sehingga semakin cenderung untuk mengungkapkan informasi yang lengkap dalam CSR-nya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis ingin mengetahui bagaimana ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, ROA dan *media exposure* dapat mempengaruhi pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, terutama di penelitian ini perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2009-2014.

Beberapa penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan meningkat tiap tahun. Banyak perusahaan semakin menyadari pentingnya program CSR sebagai salah satu bagian dari strategi perusahaan dan mendapatkan oleh masyarakat (Handoko, 2010)⁸. Hal ini mendorong peneliti untuk menguji kembali variabel-variabel tersebut.

Penelitian ini merupakan gabungan dari beberapa penelitian-penelitian sebelumnya. Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya, dapat dilihat dari variabel independent yang berupa ukuran perusahaan, ukuran komisaris, ROA

⁸Handoko. (2010). "Pengaruh Struktur Kepemilikan dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR pada Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur Di Indonesia". Skripsi departemen Akuntansi FEUI. Tidak Dipublikasikan.

dan *media* Penelitian ini menggunakan *pooled data* yaitu menggunakan data dari berbagai perusahaan manufaktur selama enam tahun yaitu 2009 dan 2014. Alasan penggunaan tahun tersebut karena penerapan UU No.40 Tahun 2007, sehingga pengungkapan pertanggungjawaban sosial dalam annual report perusahaan non keuangan dalam hal ini perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia menjadi wajib bagi setiap perusahaan.

Adapun faktor-faktor yang akan diuji kembali dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, jumlah dewan komisaris, *ROA* dan *Media Exposure*. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini diberi judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, ukuran dewan komisaris, *ROA* dan *Media Exposure* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*CSR Disclosure*) pada laporan tahunan perusahaan manufaktur di Indonesia periode tahun 2009-2014”.

B. Identifikasi masalah

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan tumbuh jika perusahaan tidak hanya memperhatikan dimensi ekonomi tetapi juga dimensi sosial dan lingkungan hidup. Keselarasan antara dimensi-dimensi tersebut dapat terwujud apabila didukung dengan baiknya pengawasan terhadap kinerja perusahaan melalui mekanisme *corporate governance*.

Salah satu wujud pelaksanaan prinsip corporate governance adalah implementasi CSR. Perusahaan dapat menggunakan informasi tanggung jawab sosial sebagai keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham (Rustriarini, 2010)⁹.

Alasan dipilihnya standar GRI karena Standar GRI (Global Reporting Initiatives) merupakan standar pengungkapan yang berfokus pada 6 komponen pengungkapan, yaitu *economic, environment, labour practices, human rights, social, dan product responsibility*.

Selain itu, Item pengungkapan GRI telah diterima secara global sebagai suatu standar untuk mengungkapkan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan dimana GRI membantu perusahaan untuk memutuskan apa yang akan diungkapkan dan bagaimana mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial perusahaan (Sutantoputra, 2009)¹⁰ dan standar GRI merupakan standar yang dirujuk oleh Akuntan Manajemen Indonesia (IAMI) dalam pemberian penghargaan Indonesia Sustainability Report Awards (ISRA) kepada perusahaan-perusahaan yang ikut serta dalam membuat laporan keberlanjutan atau *sustainability report*.

⁹Rustriarini, Ni Wayan. 2010. "Pengaruh Corporate Governance Pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan". *Simposium Nasional Akuntansi XIII* Purwokerto.

¹⁰ Sutantoputra A W. (2009). Social Disclosure Rating System for Assessing Firms', CSR Reports. *Corporate Communications : An International Journal*. Vol. 14. No. 1. Pp. 34-48.

Penelitian ini tidak menggunakan perusahaan *financial* karena indeks yang dipergunakan dalam perusahaan *financial* pada hal-hal tertentu berbeda dengan indeks pengungkapan perusahaan *non financial*, sehingga indeks yang digunakan merupakan indeks GRI yang sudah dimodifikasi (Mulyana, 2007)¹¹. Oleh karena itu dapat identifikasi masalah penelitian sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh Ukuran Perusahaan berdasarkan *total asset*, jumlah dewan komisaris, ROA dan *media exposure* terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan manufaktur tahun 2009-2014
2. Terdapat pengaruh Ukuran Perusahaan berdasarkan *total asset* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan manufaktur tahun 2009-2014
3. Terdapat pengaruh jumlah dewan komisaris mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan manufaktur tahun 2009-2014
4. Terdapat pengaruh *profitabilitas* yang diukur dengan ROA terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan manufaktur tahun 2009-2014.
5. Terdapat pengaruh *media exposure* yang diukur dari Perusahaan memiliki *website* resmi tidak hanya digunakan sebagai alat promosi mempunyai

¹¹Mulyana, Deddy. 2007. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung : Remaja Rosdakarya.

pengaruh terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan manufaktur tahun 2009-2014

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini mengingat terbatasnya data dan informasi yang diperoleh penulis, maka penulis akan membatasi masalah-masalah yang kemungkinan akan berlanjut. Oleh sebab itu penulis hanya membahas lingkup pengaruh ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, profitabilitas yang diukur dengan ROA dan *media exposure* terhadap pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2009-2014.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, ROA dan *media exposure* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan *manufaktur* yang terdaftar di BEI?
2. Apakah terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan *manufaktur* yang terdaftar di BEI?

3. Apakah terdapat pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan *manufaktur* yang terdaftar di BEI?
4. Apakah terdapat pengaruh ROA terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan *manufaktur* yang terdaftar di BEI?
5. Apakah terdapat pengaruh *media exposure* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan *manufaktur* yang terdaftar di BEI?

E. Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti secara empiris terhadap:

1. Pengujian pengaruh Ukuran Perusahaan berdasarkan *total asset* terhadap luasnya pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan *manufaktur* yang terdaftar di BEI pada laporan tahunan.
2. Pengujian pengaruh *profitabilitas* yang diukur dengan ROA terhadap luas pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan *manufaktur* yang terdaftar di BEI pada laporan tahunan.
3. Pengujian pengaruh ukuran dewan komisaris mempunyai terhadap luas pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan *manufaktur* yang terdaftar di BEI pada laporan tahunan.

4. Pengujian pengaruh *media exposure* yang diukur dengan adanya *website* terhadap luas pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada laporan tahunan.
5. Seberapa besar pengaruh ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, profitabilitas dan *media exposure* terhadap *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada laporan tahunan.

F. Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan pengungkapan sukarela khususnya pengungkapan tanggungjawab sosial (CSR) dalam laporan tahunan perusahaan (bagi praktisi).
2. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori, terutama berkaitan dengan praktek pengungkapan CSR perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan (bagi praktisi).
3. Penelitian ini diharapkan dapat mengklarifikasikan hasil penelitian sebelumnya, dan untuk penelitian selanjutnya kekurangan dalam penelitian ini dapat memberikankesempurnaan dalam penelitian yang sejenis (bagi akademis).

4. Bagi pihak-pihak lain, sebagai dasar untuk penelitian lanjut, khususnya sebagai bahan referensi dan pembanding bagi mereka yang berminat mengadakan penelitian lebih lanjut di bidang ini.

G. Sistematika Penulisan

BAB 1 : Pendahuluan

- A. Latar belakang masalah
- B. Identifikasi Masalah
- C. Batasan Masalah
- D. Rumusan Masalah
- E. kerangka Pemikiran
- F. Manfaat Penelitian
- G. Sistematika Penulisan

BAB II :Landasan Teoridan Penelitian Terdahulu

- A. Teori Akuntansi Positif
 1. *Resource Based Theory*
 2. Teori Legitimasi
 3. Teori *Stakeholder*
- B. Pengertian Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR
 1. Ukuran Perusahaan

2. Ukuran Dewan Komisaris

3. *Return On Asset*

4. *Media Exposure*

C. *Corporate Social Responsibility*

1. Pengertian CSR

2. Sejarah dan perkembangan CSR Dunia

3. Sejarah dan perkembangan CSR DI Indonesia

4. Tujuan dan manfaat CSR

5. Peraturan-peraturan menyangkut CSR

D. Pengungkapan CSR

E. Hubungan antar variabel

F. Pengaruh antar variabel

1. Pengaruh Ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR

2. Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap pengungkapan CSR

3. Pengaruh ROA terhadap pengungkapan CSR

4. Pengaruh *Media Exposure* terhadap pengungkapan CSR

G. Peneleitian terdahulu

H. Kerangka fikir penelitian

I. Hipotesis Penelitian

J. Manfaat penelitian

K. Sistematika Penulisan

BAB III : METODE PENELITIAN

- A. Tempat dan waktu penelitian
- B. Jenis dan sumber data
- C. Populasi dan sampel
- D. Metode pengumpulan data
- E. Metode analisis data
- F. Definisi operasional variabel
- G. Populasi

BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN

- A. AMFG (ASAHIMAS FLAT GLASS)
- B. BTON (BETONJAYA MANUNGGAL)
- C. EKAD (EKADHARMA INTERNASIONAL)
- D. IGAR (CHAMPION PACIFIC INDONESIA)
- E. INDS (INDOSPRING)
- F. KBLM (KABELINDO MURNI)
- G. KDSI (KEDAWUNG SETIA INDUSTRIAL).
- H. LION (LION METAL WORKS)
- I. LMSH (LIONMESH PRIMA)

J. NIPS (NIPRESS)

K. SMBR (SEMEN BATURAJA (PERSERO))

L. SMGR (SEMEN INDONESIA (Persero))

M. SMSM (SELAMAT SEMPURNA)

N. TOTO (SURYA TOTO INDONESIA)

O. TRIS (TRISULA INTERNASIONAL).

P. TRST (TRIAS SENTOSA)

Q. UNIT (NUSANTARA INTI CORPORA) .

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN- LAMPIRAN