



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LUAS PENGUNGKAPAN  
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA PERUSAHAAN  
*CONSUMER GOODS* YANG TERDAFTAR  
DI BURSA EFEK INDONESIA**

**SKRIPSI**

Oleh

**Yeni Tata Rini  
NIM 090810301282**

**JURUSAN S1 AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2012**



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LUAS PENGUNGKAPAN  
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA PERUSAHAAN  
CONSUMER GOODS YANG TERDAFTAR  
DI BURSA EFEK INDONESIA**

**SKRIPSI**

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Studi Akuntansi (S1)  
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

oleh  
**Yeni Tata Rini**  
**NIM 090810301282**

**JURUSAN S1 AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2012**

## PERSEMBAHAN

مِسْئَلَةُ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan Kerendahan Hati Kuucapkan Rasa Syukurku Kepada Allah SWT, Yang Hanya Kepada-Nya Aku Bergantung. Dan atas segala Rahmat-Nya Skripsi ini aku persembahkan untuk:

1. Ayahanda Suyono dan Ibunda Mujiatun Yang Sangat ku Cintai dan Sayangi, atas segala doa serta kasih sayang yang tiada pernah putus kepada saya;
2. Adikku tercinta Irna Wijayanti S.Ab, atas segala dukungan semangat dan doa yang diberikan agar saya berusaha sebaik mungkin;
3. Bapak/ibu guru sejak Taman Kanak – Kanak sampai dengan Perguruan Tinggi yang telah memberikan ilmu dan membimbing dengan penuh kesabaran;
4. Teman - temanku, yang tak bisa disebutkan satu persatu, terimah kasih atas dukungan dan doa yang diberikan sehingga aku bisa menyelesaikan skripsi ini.
5. Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

## MOTTO

*“Bacalah*

*Dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang menciptakan,*

*Dia Telah menciptakan manusia dari segumpal darah.*

*Bacalah, dan Tuhanmulah Yang Paling Pemurah,*

*Yang mengajar (manusia) dengan perantaraan kalam.*

*Dia mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuinya.”*

*(Al Qur'an , Surat ke 96: 1-5)*

*“Pelajarilah ilmu.*

*Barang siapa yang mempelajarinya karena Allah, itu taqwa.*

*Menuntutnya, itu ibadah.*

*Mengulang-ngulangnya, itu tasbih,*

*Membahasnya, itu jihat.*

*Mengajarkan kepada orang yang tidak tahu, itu sedekah.*

*Memberikannya kepada ahlinya, itu mendekatkan diri kepada Tuhan.”*

*(Abusy Syaikh Ibnu Hibban dan Ibnu Abdil Barr,*

*(Ilya al-Ghozali, 1986)*

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yeni Tata Rini

NIM : 090810301282

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan *Consumer Goods* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 20 Juni 2012

Yang menyatakan

Yeni Tata Rini

NIM 090810301282

**SKRIPSI**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LUAS PENGUNGKAPAN  
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA PERUSAHAAN  
CONSUMER GOODS YANG TERDAFTAR  
DI BURSA EFEK INDONESIA**

Oleh  
Yeni Tata Rini  
090810301282

Pembimbing:

Dosen Pembimbing I : Drs. H. Djoko Supatmoko, MM, Ak.

Dosen Pembimbing II : Nining Ika Wahyuni, S.E, M.Sc, Ak

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
LUAS PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY* PADA PERUSAHAAN  
*CONSUMER GOODS* YANG TERDAFTAR DI  
BURSA EFEK INDONESIA

Nama Mahasiswa : Yeni Tata Rini  
NIM : 090810301282  
Jurusan : Akuntansi  
Tanggal Persetujuan : 19 Juni 2012

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Drs. H. Djoko Supatmoko, MM, Ak.  
NIP. 19550227 198403 1 001

Nining Ika Wahyuni, S.E, M.Sc, Ak  
NIP. 19830624 200604 2 001

Mengetahui  
Ketua Jurusan Akuntansi,

Dr. Alwan Sri Kustono., SE., M.Si, Ak.  
NIP. 19720416 200112 1 001

## JUDUL SKRIPSI

### **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LUAS PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA PERUSAHAAN *CONSUMER GOODS* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Yeni Tata Rini

NIM : 090810301282

Jurusan : Akuntansi

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

26 Juni 2012

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

#### Susunan Panitia Penguji

Ketua : Dr. Ahmad Rozik, S.E., M.M., Ak (.....)  
NIP. 19700428 199702 1 001

Sekretaris : Dr. Hj. Siti Maria W., M.Si., Ak (.....)  
NIP. 19660805 199201 2 001

Anggota : Dr. Alwan Sri Kustono, S.E., M.Si., Ak (.....)  
NIP. 19720416 200112 1 001

Mengetahui/ Menyetujui  
Universitas Jember  
Fakultas Ekonomi  
Dekan,

Prof. Dr. Mohammad Saleh, M.Sc.  
NIP. 19560831 198403 1 002



## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Sampel pada penelitian ini adalah perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek Indonesia mulai tahun 2008 sampai 2010. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan tahunan dikumpulkan melalui metode *Purposive Sampling* dan metode analisis data menggunakan program IBM SPSS 19 (*Statistical Package for the Social Sciences*) yaitu dengan melakukan analisis regresi linier berganda, uji R, uji F, dan Uji t. Berdasarkan uji yang sudah dilakukan diketahui bahwa variabel ukuran perusahaan (SIZE) dan *leverage* (DER) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan Umur Perusahaan (AGE) dan *Profitabilitas* (NPM) mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*.

**Kata Kunci :** Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, NPM, DER, Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

## **ABSTRACT**

*The study was conducted to determine the factors that influence the broad disclosure of corporate social responsibility. Samples in this study were consumer goods companies listed on the Indonesia Stock Exchange from 2008 until 2010. The data used in this study were collected through the annual report of purposive sampling methods and methods of data analysis using the IBM program SPSS 19 (Statistical Package for the Social Sciences) by performing the multiple linear regression analysis, R test, F test and t test. Based on the tests that have been made known that the firm size variable (SIZE) and leverage (DER) has no significant effect on the extensive disclosure of corporate social responsibility, while the Company Age (AGE) and profitability (NPM) has no significant influence of the wider corporate disclosure social responsibility.*

*Keywords: Company Size, Company Age, NPM, DER, Disclosure of Corporate Social Responsibility Area*

## RINGKASAN

**Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan *Consumer Goods* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia; Yeni Tata Rini; 090810301282; 2012; 68 halaman; Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Jember.**

Pengungkapan (*disclosure*) didefinisikan sebagai penyediaan sejumlah informasi untuk pengoperasian secara optimal pasar modal efisiensi (Hendriksen, 1994). Secara konseptual, pengungkapan merupakan bagian integral dari pelaporan keuangan. Secara teknis, pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi yaitu penyajian informasi dalam bentuk seperangkat penuh statemen keuangan (Suwardjono, 2005). Akuntansi *corporate social responsibility* (CSR) merupakan suatu paradigma baru dalam bidang akuntansi yang berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Akuntansi ini dikembangkan sebagai respons atau tuntutan dan tantangan yang sedang dihadapi dunia bisnis. Dunia bisnis dituntut tidak hanya bernafsu meraup laba setinggi mungkin tapi juga harus lebih peduli dan reponsif pada isu-isu sosial dan lingkungan yang kian serius dan kompleks dalam setiap perumusan kebijakan dan tindakan bisnisnya. Selain itu, dalam beberapa tahun terakhir ini banyak pebisnis juga mulai menjadikan isu-isu *corporate social responsibility* (CSR) sebagai “*core value*” dalam strategi bisnisnya. Sasaran ini membangun bisnis yang tumbuh secara berkelanjutan karena ditopang oleh pilar sosial dan lingkungan yang kuat dan berkesinambungan (Lako 2010:138).

Penelitian ini Bertujuan antara lain 1) Untuk memperoleh bukti empiris adanya pengaruh ukuran (*size*) perusahaan terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR); 2) Untuk memperoleh bukti empiris adanya pengaruh umur perusahaan (*age*) perusahaan terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR); 3) Untuk memperoleh bukti empiris adanya pengaruh profitabilitas perusahaan terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*

(CSR); 4) Untuk memperoleh bukti empiris adanya pengaruh *leverage* (DER) perusahaan terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yang berupa laporan tahunan perusahaan. Obyek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2008-2010 yang menerbitkan laporan tahunan selama periode penelitian yaitu periode 2008 sampai dengan periode 2010. Berdasarkan data yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI) menunjukkan bahwa populasi penelitian terdiri dari 99 perusahaan selama periode 2008 – 2010. Variabel dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility Index* (CRSI) Ukuran Perusahaan (SIZE), Umur Perusahaan (AGE), Profitabilitas (NPM), *Leverage* (DER).

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat diberikan beberapa kesimpulan dari penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *corporate social responsibility index* (CSRI) pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di bursa efek indonesia, antara lain; 1) Nilai R square sebesar 0,090% yang artinya masih banyak variabel lain diluar penelitian ini yang berpengaruh terhadap *corporate social responsibility index* (CSRI) sehingga hal ini dapat dijadikan agenda penelitian mendatang untuk mencari variabel-variabel apa sajakah yang diduga kuat dapat mempengaruhi luas pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di bursa efek indonesia; 2) Secara simultan SIZE ( $X_1$ ), AGE ( $X_2$ ), NPM ( $X_3$ ), DER ( $X_4$ ) berpengaruh terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di bursa efek indonesia; 3) Secara parsial AGE ( $X_2$ ), dan NPM ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility index* (CSR) pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di bursa efek indonesia. Sementara variabel SIZE ( $X_1$ ), dan DER ( $X_4$ ) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) sehingga hipotesis 1 dan 4 ditolak.

## PRAKATA

*Alhamdulillahirabbilamin*

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya, serta memberikan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan *Consumer Goods* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**. Sholawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Rasulullah SAW.

Penyusunan skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi di Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan semua pihak, baik itu berupa dorongan, nasehat, saran maupun kritik yang sangat membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati serta penghargaan yang tulus, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Mohammad Saleh, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Dr. Alwan Sri Kustono, S.E., M.Si., Ak., selaku Ketua Jurusan Akuntansi serta sebagai anggota penguji Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Dr. Ahmad Roziq, SE, MM., Ak., selaku Sekretaris Jurusan Akuntansi Fakultas serta sebagai ketua penguji Ekonomi Universitas Jember.
4. Dr. Hj. Siti Maria W. M.Si, Ak, selaku Sekretaris penguji.
5. Drs. H. Djoko Supatmoko, MM, Ak., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahnya dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Ibu Nining Ika Wahyuni, S.E, M.Sc, Ak., selaku Dosen Pembimbing II yang bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, kritik, motivasi dan pengarahan dengan penuh kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Taufik Kurrohman, SE, M.SA, Ak., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing saya selama menjadi mahasiswa.
8. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama perkuliahan.
9. Seluruh staf dan karyawan Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Jember khususnya Ibu Farida, Pak Mat, Pak Taufik serta seluruh karyawan Fakultas Ekonomi, terima kasih atas bantuannya selama ini.
10. *Bapak dan Ibu* Terima kasih untuk kerja keras, doa, kasih sayang, kesabaran, dan dukungannya selama ini. Tanpa itu semua, aku tidak akan pernah jadi seperti sekarang ini.
11. Adikku Irna Wijayanti S.Ab yang selalu memberikan dukungan dan doa.
12. Teman-teman Jurusan Akuntansi alih program angkatan tahun 2009 di Fakultas Ekonomi Universitas Jember,
13. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Semoga Allah SWT selalu memberikan Hidayah dan Rahmat kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis sadar akan keterbatasan dan kurang sempurnanya penulisan skripsi ini, oleh karena itu segala saran dan kritik yang bersifat membangun akan sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan bagi yang membacanya.

Jember, 26 Juni 2011

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PEMBIMBINGAN</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>RINGKASAN</b> .....	<b>x</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xix</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	<b>1</b>
1.2 Rumusan Masalah .....	<b>6</b>
1.3 Tujuan Penelitian .....	<b>6</b>
1.4 Manfaat Penelitian .....	<b>7</b>
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
2.1 Landasan Teori .....	<b>8</b>
2.1.1 Pengungkapan ( <i>disclosure</i> ) dalam Laporan Tahunan .....	<b>8</b>
2.1.2 Tujuan Pengungkapan .....	<b>10</b>

2.1.3	Kualitas Informasi yang Harus di Ungkapkan .....	10
2.1.4	Pelaporan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan.....	11
2.2	<i>Corporate Social Responsibility</i> .....	13
2.2.1	Pengertian <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	13
2.2.2	Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	17
2.2.3	Tujuan <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	19
2.3	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	20
2.4	Penelitian terdahulu.....	23
2.5	Kerangka Konseptual.....	28
2.6	Perumusan Hipotesis.....	28
<b>BAB 3</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>32</b>
3.1	Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	32
3.2	Populasi Dan Sampel Penelitian .....	32
3.3	Definisi Operasional dan Pengukurannya.....	33
3.3.1	Variabel Dependen atau Variabel Terikat (Y) .....	33
3.3.2	Variabel Independen (X).....	34
3.4	Metode Analisis Data.....	35
3.4.1	Analisis Deskriptif.....	35
3.4.2	Uji Asumsi Klasik .....	35
3.4.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	38
3.4.4	Uji Kelayakan Model .....	39
3.4.4.1	Uji Koefisien determinasi ( $R^2$ ).....	39
3.4.4.2	Uji Signifikansi (Uji Statistik F) .....	39
3.4.5	Pengujian Hipotesis .....	40
3.4.5.1	Uji Parsial (Uji t).....	40
3.5	Kerangka Pemecahan Masalah .....	41
<b>BAB 4</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	43



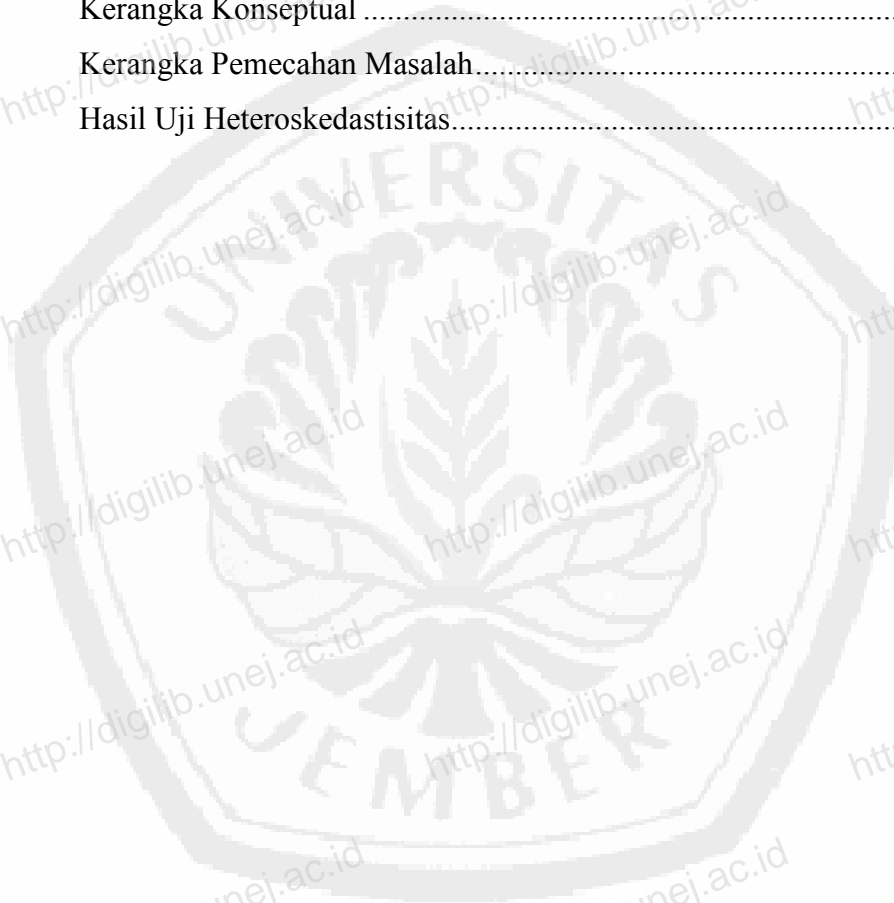
4.1.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	43
4.2	Metode Analisis Data.....	55
4.2.1	Statistik Deskriptif.....	55
4.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	56
4.2.3	Teknik Uji Kelayakan Model.....	60
4.2.3.1	Uji R <sup>2</sup> .....	60
4.2.3.2	Uji Statistik F.....	61
4.2.4	Pengujian Hipotesis.....	62
4.2.4.1	Uji Parsial (Uji t).....	62
4.3	Pembahasan Hipotesis.....	63
<b>BAB 5</b>	<b>KESIMPULAN KETERBATASAN DAN SARAN.....</b>	<b>67</b>
5.1	Kesimpulan.....	67
5.2	Keterbatasan.....	67
5.3	Saran.....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>		<b>Halaman</b>
2.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	25
4.1	Kriteria Pemilihan Sampel.....	43
4.2	Statistik Deskriptif.....	55
4.3	Hasil Pengujian Normalitas Data.....	56
4.4	Hasil Nilai VIF Untuk Multikolinieritas.....	57
4.5	Hasil Uji Autokolerasi.....	60
4.6	Hasil Uji R <sup>2</sup> .....	60
4.7	Hasil Uji Statistik F.....	61
4.8	Hasil Pengujian t-statistik.....	62

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>		<b>Halaman</b>
2.1	Kerangka Konseptual .....	28
3.1	Kerangka Pemecahan Masalah.....	41
4.1	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	58



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Daftar Perusahaan Yang Termasuk Dalam Perusahaan *Consumer Goods* Periode 2008 - 2010
- Lampiran 2 Hasil Perhitungan *Corporate Social Responsibility Index (CSRI)* Perusahaan *Consumer Goods* Periode 2008-2010
- Lampiran 3 Hasil Perhitungan Ukuran Perusahaan (*SIZE*) Perusahaan *Consumer Goods* Periode 2008-2010
- Lampiran 4 Hasil Perhitungan Umur Perusahaan (*AGE*) Perusahaan *Consumer Goods* Periode 2008-2010
- Lampiran 5 Hasil Perhitungan *Profitabilitas* Perusahaan (*NPM*) Perusahaan *Consumer Goods* Periode 2008-2010
- Lampiran 6 Hasil Perhitungan *Leverage* Perusahaan (*DER*) Perusahaan *Consumer Goods* Periode 2008-2010
- Lampiran 7 Daftar *Corporate Social Responsibility Disclosure*
- Lampiran 8 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian
- Lampiran 9 Hasil Uji Normalitas Data
- Lampiran 10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda