

**PENGARUH PAPARAN MEDIA, KEPEKAAN INDUSTRI
DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KUALITAS
PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL
PERUSAHAAN**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi

Oleh:

Aubrey Chantiqa

6041801081

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

Terakreditasi oleh BAN-PT No. 1789/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018

BANDUNG

2022

***THE EFFECT OF MEDIA EXPOSURE, INDUSTRY
SENSITIVITY AND COMPANY SIZE ON THE QUALITY
OF CSR DISCLOSURE***



UNDERGRADUATE THESIS

*Submitted to complete part of requirements
for Bachelor's Degree in Accounting*

By:

Aubrey Chantiqa

6041801081

***PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
PROGRAM IN ACCOUNTING
Accredited by National Accreditation Agency
No. 1789/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018
BANDUNG
2022***

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA AKUNTANSI



PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH PAPARAN MEDIA, KEPEKAAN INDUSTRI DAN
UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KUALITAS
PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN**

Oleh:

Aubrey Chantiqa

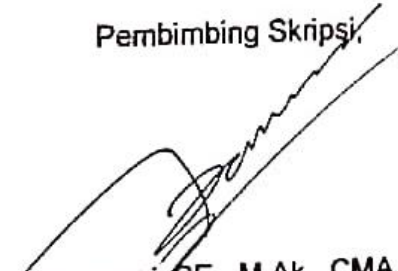
6041801081

Bandung, Agustus 2022

Ketua Program Studi Sarjana Akuntansi,

Felisia, SE., AMA., M.Ak., CMA.

Pembimbing Skripsi,


Dr. Paulina Permatasari, SE., M.Ak., CMA., CSRS., CSRA.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Aubrey Chantiqa
Tempat, tanggal lahir : Bogor, 27 Juni 2000
NPM : 6041801081
Program studi : Akuntansi
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH PAPARAN MEDIA, KEPEKAAN INDSUTRI, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KUALITAS PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan:

Ibu Dr. Paulina Permatasari, SE., M.Ak., CMA., CSRS., CSRA.

MENYATAKAN

Adalah benar-benar karyatulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.

Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam

Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,
Dinyatakan tanggal : 27 Juli 2022
Pembuat pernyataan :



(Aubrey Chantiqa)

ABSTRAK

Aktivitas operasi perusahaan yang menimbulkan dampak bagi sekitarnya menjadikan perusahaan mendapatkan tuntutan lebih untuk tidak berfokus pada laba saja, melainkan terhadap masalah lingkungan dan sosial. Besarnya dampak yang dihasilkan juga mempengaruhi ukuran tuntutan tanggung jawab yang diberikan *stakeholder*. Salah satu upaya untuk menyikapi masalah tersebut yaitu melalui kebijakan dan tindakan yang disebut dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Tanggung jawab yang diterima pun mendorong perusahaan untuk meningkatkan kualitas pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Beberapa faktor yang dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan kualitas pengungkapan tanggung jawab sosialnya yaitu paparan media, kepekaan industri, dan ukuran perusahaan. Dengan demikian, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh paparan media, kepekaan industri, dan ukuran perusahaan terhadap kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan proses perusahaan dalam mengkomunikasikan kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungannya kepada masyarakat. Untuk memperoleh legitimasi, perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan dan berkomunikasi dengan *stakeholder*-nya. Bagi perusahaan yang memilih untuk mengkomunikasikan pengungkapannya melalui media dapat membantu dalam meningkatkan reputasi baik perusahaan. Publisitas informasi yang meningkat melalui media juga mampu mendorong perusahaan untuk meningkatkan kualitas pengungkapannya. Selain itu, perusahaan dengan tingkat kepekaan yang lebih tinggi dan ukuran yang lebih besar cenderung memiliki tingkat risiko yang lebih besar terhadap sekitarnya. Hal ini menciptakan sorotan yang lebih besar dari *stakeholder*. Oleh karena itu, dengan meningkatkan kualitas pengungkapan tanggung jawab sosialnya, perusahaan diharapkan dapat menurunkan tekanan dari *stakeholder*.

Sumber data berupa data sekunder dengan teknik pengumpulan data yaitu metode dokumentasi dan studi pustaka. Data diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan yang ada di *website* BEI dan perusahaan. Teknik pengolahan data dilakukan dengan program IBM SPSS Statistics versi 25. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* dengan sampel penelitian yang merupakan perusahaan di sektor pertambangan, konstruksi, farmasi, minyak dan gas, barang konsumen, bank, semen, transportasi, dan infrastruktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2019.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *Media Exposure* tidak berpengaruh terhadap kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, artinya semakin banyak media yang dipublikasikan tidak akan memberikan pengaruh bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas pengungkapannya, (2) Kepekaan Industri berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, artinya semakin tinggi tingkat kepekaan suatu industri maka risiko yang diberikan kepada lingkungan atas aktivitas operasionalnya semakin besar, (3) Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, artinya semakin besar ukuran perusahaan maka kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial yang dipublikasikan semakin rendah, dan (4) Paparan Media, Kepekaan Industri, dan Ukuran Perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, artinya dengan pemenuhan ketiga variabel secara bersamaan dapat meningkatkan kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial. Lalu bila disatukan dengan hasil individu, disimpulkan bahwa fokus perusahaan tidak terlalu terarah pada peningkatan kualitas atas pengungkapan tanggung jawab sosialnya, melainkan sebatas memenuhi kepentingan *stakeholder*-nya saja dengan transparansi atas kegiatan tanggung jawab sosialnya yang disajikan dalam bentuk pengungkapan. Berdasarkan hasil yang diperoleh, diharapkan perusahaan dapat terus berpartisipasi dalam pengungkapan tanggung jawab sosial untuk mendapatkan legitimasi masyarakat dan mempertahankan citra baik perusahaan. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan menambah variabel, sektor perusahaan, dan jumlah media yang digunakan serta memperpanjang tahun pengamatan.

Kata Kunci: Paparan Media, Kepekaan Industri, Ukuran Perusahaan, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

ABSTRACT

Considering the likelihood of companies' operating activities that may contribute detrimental impacts to the environment and surroundings, the company starts receiving expectations from the society to have the business running not only focusing on profit but also on environmental and social issues. The size of impacts also determines the magnitude of the responsibility that companies are given from its stakeholders. One thing that company can do to respond over these problems is by concerning environmental and social issue that can be mitigated through the CSR policy implementation. The responsibility received externally are then subsequently encourage company to have its CSR disclosure quality enhanced. Some factors that can help companies in improving the quality of their CSR disclosures are media exposure, industry sensitivity, and company size. Therefore, this study is intended to examine and analyze the influence of media exposure, industry sensitivity, and company size on the quality of CSR disclosures.

CSR disclosure is defined as a company's process of communicating its social and environmental responsibility activities to the community. Companies that wish to gain legitimacy must be able to fulfill the required needs from the stakeholders and communicate with them. Company that chooses to have their CSR communicated over the media is one way that could help them in improving companies' reputation and good image. The increasing of CSR disclosure publicity may also induce companies' awareness to contribute to having their disclosure qualities enhanced. In addition, companies with higher levels of sensitivity and larger sizes, tend to give higher risks from its operation to the surrounding where stakeholders may have their concerns and creates bigger spotlight over this condition. Therefore, betterment of CSR disclosure quality is advantageous in potentially alleviating stakeholders' pressure towards the company.

This study used secondary data source which derived from annual report, under data collection techniques: documentation methods and literature studies. Data regarding sustainability, like sustainability report, was derived through IDX website and company website. The data processing techniques as used for this research was IBM SPSS Statistics version 25 program. Additionally, the sampling technique used is purposive sampling techniques with research samples from companies in the mining, construction, pharmaceutical, oil and gas, consumer goods, banks, cement, transportation, and infrastructure sectors listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) over 2018-2019 period.

As thoroughly researched, the results of this study indicate that (1) Media Exposure has no effect on the quality of CSR disclosures which means the more media published, it will not give any influence on the company to have its CSR disclosure quality enhanced, (2) Industry Sensitivity has a significant positive effect on the quality of CSR disclosures which means the higher the level of sensitivity of an industry, the greater the risk given to the environment for its operational activities, (3) Company Size has a significant negative effect on the quality of CSR disclosures, which means the larger the size of the company, the lower the quality of CSR disclosures published and (4) Media Exposure, Industry Sensitivity, and Company Size have a simultaneous effect on the quality of CSR disclosures, which means with the fulfillment of all three variables simultaneously can improve the quality of CSR disclosures. And if it combined with the individual results, it can be concluded that the company's focus is not on improving the quality of its social responsibility disclosures, but is limited to meeting the interests of its stakeholders which only executed with transparency over its social responsibility activities presented in the form of disclosure. Under this basis, it is expected that the company can continue to participate in the disclosure of social responsibility as to gain the social legitimacy and maintain viable nifty reputation in society. For subsequent research, various different variables, company's sector, amount of media and extending the observed year may be utilized.

Keywords: Media Exposure, Industry Sensitivity, Company Size, Corporate Social Responsibility, Quality of Corporate Social Responsibility Disclosure

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat, anugerah, dan penyertaan-Nya yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Paparan media*, Kepekaan Industri, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan” dengan baik. Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi sebagian dari syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Akuntansi pada Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis memperoleh banyak dukungan, bimbingan, bantuan, serta saran dari banyak pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. **Tuhan Yang Maha Esa** atas berkat yang selalu diberikan kepada penulis selama proses penulisan skripsi sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik
2. **Daud Dirgahayu dan Angela Arum K.**, selaku orang tua penulis. Terima kasih untuk doa, semangat, motivasi, dan dukungan yang diberikan baik secara moril maupun materiil kepada penulis.
3. **Alm. B. Djoko Setyarko dan Maria Tineke**, selaku Mbah dan Oma penulis. Terima kasih selalu memberikan penyertaan, doa, dan semangat dalam bentuk apapun sehingga penulis dapat menjalankan perkuliahan dari awal sampai proses penyelesaian skripsi ini.
4. **Raphael Audi V.**, selaku adik penulis. Terima kasih untuk selalu menjadi pendengar, memberikan semangat dan motivasi bagi penulis.
5. **Rere, Tessa, Ci Ica dan seluruh anggota keluarga besar penulis.** Terima kasih atas segala doa, saran, dukungan, dan menjadi motivasi bagi penulis dari dulu sampai selesai penulisan skripsi ini
6. **Ibu Dr. Paulina Permatasari, SE., M.Ak., CMA., CSRS., CSRA.**, selaku dosen pembimbing penulis yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan serta ilmu kepada penulis. Terima kasih juga atas segala saran, dukungan, dan bimbingan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. **Ibu Felisia, SE., M.Ak.**, selaku Ketua Program Studi Akuntansi UNPAR dan dosen wali penulis selama di perkuliahan semester tiga hingga akhir. Terima

kasih atas bimbingan, bantuan, dan saran yang telah diberikan dari selama perkuliahan sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

8. **Ibu Amelia Limijaya, SE., M.Acc.Fin.**, selaku dosen wali penulis selama perkuliahan semester pertama sampai kedua. Terima kasih atas bimbingan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis selama semester awal perkuliahan.
9. **Seluruh Dosen Pengajar** di Fakultas Ekonomi, di luar Fakultas Ekonomi serta dosen MKU Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan ilmu bagi penulis selama berkuliah di UNPAR dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan.
10. **Seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi UNPAR** yang telah membantu peneliti selama proses perkuliahan dan proses penulisan skripsi.
11. **Gabriel Gega S**, selaku teman dekat penulis. Terima kasih untuk doa, dukungan, bantuan, penghiburan yang diberikan dan juga telah sabar selama menjadi tempat berkeluh kesah selama proses perkuliahan hingga selesai penulisan skripsi.
12. **Vionica Clarissa, Alda Marita, Natasya Rafaela, dan Faustina Kenya**, selaku sahabat penulis selama di sekolah dan perkuliahan. Terima kasih sudah memberikan semangat, mewarnai hari-hari penulis, dan berjuang bersama-sama dari awal masuk kuliah sampai akhir perkuliahan.
13. **Kezia, Bevi, Adis, Anna, Vira, Thania, Alda, Tina, Anin, Sharon, Dea, Andrea, Emily, Sasa, Ming** selaku sahabat penulis sejak SMA. Terima kasih karena sudah memberikan banyak bantuan baik masukkan, doa, semangat, dan motivasi. Terima kasih juga sudah menjadi tempat bagi penulis berkeluh kesah selama masa perkuliahan.
14. **Stephanie dan Adel**, selaku sahabat penulis selama perkuliahan. Terima kasih untuk bantuan, semangat, dan menjadi teman penulis berkeluh kesah selama perkuliahan sampai skripsi ini berhasil diselesaikan.
15. **Ring 1 HMPSA 2021, Ring 1 TNT, dan Ring 1 KPUP**. Terima kasih untuk warna yang sudah diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan. Terima kasih atas semua kesempatan, pembelajaran dan dukungan yang telah diberikan selama masa perkuliahan penulis.
16. **Cella, Stella, Maryam, Lulu, Bintang, Jessica, Yudea, Ryo, Ramos, Alvin, Indi, Raisya, Aurel, Ezra, Jenny**, selaku teman-teman penulis selama di

perkuliahan. Terima kasih karena sudah banyak membantu dan memberikan semangat kepada penulis selama masa perkuliahan.

17. **Teman-teman satu bimbingan skripsi.** Terima kasih atas bantuan, dukungan dan motivasi yang diberikan selama proses penyelesaian skripsi.
18. **Teman-teman satu perkuliahan** yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas pembelajaran dan motivasi yang telah diberikan kepada penulis dari awal perkuliahan sampai akhir perkuliahan.
19. **Teman-teman satu organisasi.** Terima kasih karena telah memberikan ilmu yang berharga yang tidak dapat penulis dapatkan diluar organisasi. Terima kasih karena telah menerima penulis untuk bergabung dan mewarnai hari-hari perkuliahan penulis
20. **Pihak-pihak lainnya** yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih atas doa dan dukungan yang diberikan dari awal perkuliahan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan tepat waktu.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan selama proses penulisan skripsi ini. Maka dari itu, penulis menerima segala kritik dan saran yang membangun dari pembaca guna perbaikan dan manfaat yang akan diperoleh di masa yang akan datang. Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat memberikan manfaat dan tambahan informasi bagi seluruh pihak yang membutuhkan. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih.

Bandung, 20 Juli 2022

Penulis,

Aubrey Chantiqa

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2.Rumusan Masalah.....	3
1.3.Tujuan Penelitian.....	3
1.4.Kegunaan Penelitian	4
1.5.Kerangka Pemikiran	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1.Keberlanjutan (<i>Sustainability</i>)	9
2.1.1.Konsep Keberlanjutan.....	9
2.1.2.Triple Bottom Line.....	10
2.2.Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR).....	12
2.2.1.Definisi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	12
2.2.2.Model Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)	13
2.2.3.Manfaat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	15
2.3.Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	16
2.3.1.Definisi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	16
2.3.2.Tujuan Membuat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	17
2.3.3.Laporan Untuk Mengungkapkan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	18
2.3.4 Panduan Penyusunan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Laporan Keberlanjutan	19

2.3.5. Teori Yang Menjelaskan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	21
2.3.5.1. <i>Legitimacy Theory</i>	21
2.3.5.2 <i>Stakeholder Theory</i>	22
2.4. <i>Global Reporting Initiative (GRI)</i>	23
2.4.1. Struktur Standar <i>Global Reporting Initiative (GRI)</i>	24
2.4.1.1. Standar Universal Seri 100	25
2.4.1.2. Standar Topik Spesifik Seri 200 (Topik Ekonomi)	26
2.4.1.3. Standar Topik Spesifik seri 300 (Topik Lingkungan)	30
2.4.1.4. Standar Topik Spesifik Seri 400 (Topik Sosial)	35
2.4.2. Prinsip Pelaporan Sesuai <i>Global Reporting Initiative (GRI)</i>	47
2.5. Paparan media	49
2.6. Kepekaan Industri.....	50
2.7. Ukuran Perusahaan (<i>Firm Size</i>)	51
2.8. Penelitian Terdahulu Dan Variabel Mapping.....	52
2.8.1. Penelitian Terdahulu	52
2.8.2. Variable Mapping.....	63
BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN.....	65
3.1. Metode Penelitian.....	65
3.1.1. Variabel Penelitian.....	65
3.1.2. Teknik Sampling	70
3.1.3. Sumber Data	73
3.1.4. Teknik Pengumpulan Data.....	74
3.1.5. Teknik Pengolahan Data.....	74
3.1.5.1. Analisis Statistik Deskriptif	75
3.1.5.2. Uji Asumsi Klasik	75
3.1.5.3. Uji Hipotesis.....	77
3.1.6. Langkah-Langkah Penelitian	79

3.2.Objek dan Subjek Penelitian.....	81
3.2.1. Objek Penelitian	81
3.2.2. Subjek Penelitian.....	81
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	93
4.1.Analisis Data Variabel Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	93
4.1.1. Analisis Statistik Deskriptif	93
4.1.2. Hasil Pembahasan.....	94
4.2.Pengaruh Paparan Media Terhadap Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	95
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif	95
4.2.2 Uji Statistik T.....	96
4.2.3. Hasil Pembahasan.....	97
4.3.Pengaruh Kepekaan Industri Terhadap Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	99
4.3.1. Analisis Statistik Deskriptif	100
4.3.2. Uji Statistik T.....	101
4.3.3. Hasil Pembahasan.....	102
4.4.Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	104
4.4.1. Analisis Statistik Deskriptif	104
4.4.2. Uji Statistik T.....	105
4.4.3. Hasil Pembahasan.....	106
4.5.Pengaruh Paparan Media, Kepekaan Industri dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan..	108
4.5.1. Uji Asumsi Klasik	108
4.5.1.1.Uji Multikolinieritas	108
4.5.1.2.Uji Normalitas	109
4.5.1.3.Uji Heteroskedastisitas	110

4.5.1.4. Uji Autokorelasi.....	111
4.5.2. Uji Koefisien Determinasi.....	112
4.5.3. Uji Statistik F.....	113
4.5.4. Analisis Regresi Linier Berganda	114
4.5.5. Hasil Pembahasan.....	115
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	118
5.1. Kesimpulan.....	118
5.2. Saran.....	120
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Triple Bottom Line	11
Gambar 2.2. Carroll's CSR Pyramid	14
Gambar 2.3. Variable Mapping	63
Gambar 4.1. Statistik Deskriptif Untuk Variabel Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	94
Gambar 4.2. Statistik Deskriptif Untuk Variabel Paparan media.....	96
Gambar 4.3. Hasil Pengolahan Data Uji Statistik T	97
Gambar 4.4. Variabel Kepekaan Industri	99
Gambar 4.5. Statistik Deskriptif Untuk Variabel Kepekaan Industri	100
Gambar 4.6. Hasil Pengolahan Data Uji Statistik T	101
Gambar 4.7. Statistik Deskriptif Untuk Variabel Ukuran Perusahaan	104
Gambar 4.8. Hasil Pengolahan Data Uji Statistik T	106
Gambar 4.9. Hasil perhitungan uji multikolinieritas.....	109
Gambar 4.10. Hasil perhitungan uji normalitas	110
Gambar 4.11. Hasil perhitungan uji heteroskedastisitas.....	111
Gambar 4.12. Hasil perhitungan uji autokorelasi.....	112
Gambar 4.13. Hasil Pengolahan Data Uji Koefisien Determinasi	112
Gambar 4.14. Hasil Pengolahan Data Uji Statistik F	113

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	53
Tabel 3.1. Tabel Operasionalisasi Variabel.....	68
Tabel 3.2. Sampel Penelitian	71

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Data Gabungan Dari Variabel Paparan Media, Kepekaan Industri, Ukuran Perusahaan, dan Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan
- Lampiran 2. Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan
- Lampiran 3. Data Variabel *Paparan media*
- Lampiran 4. Data Variabel Kepekaan Industri
- Lampiran 5. Data Variabel Ukuran Perusahaan

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini, tingkat kebutuhan masyarakat terus meningkat. Fenomena ini kemudian mendorong perusahaan untuk terus memenuhi kebutuhan masyarakat. Tanpa disadari aktivitas dari upaya perusahaan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat justru memberikan dampak secara langsung maupun tidak langsung pada lingkungan sekitar. Berbagai isu sosial dan lingkungan pun muncul dan menjadi hal penting yang harus diperhatikan oleh *stakeholder* (Vanessa dan Meiden, 2020). Ketika aktivitas perusahaan telah memberikan dampak terhadap sekitarnya, perusahaan tidak hanya dituntut untuk berfokus pada laba saja, tetapi juga berfokus terhadap masalah sosial dan lingkungan.

Besarnya dampak yang dihasilkan dari aktivitas perusahaan dapat mempengaruhi ukuran tuntutan tanggung jawab yang diberikan *stakeholder* terhadap perusahaan. Keberlangsungan bisnis perusahaan dan perolehan legitimasi dapat terhambat karena pengaruh tuntutan tersebut. Terdapat upaya yang dapat dilakukan perusahaan untuk menyikapi hal tersebut, yaitu membuat suatu kebijakan dan tindakan yang dikenal dengan sebutan *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan. Tuntutan tanggung jawab menjadi pemicu bagi perusahaan untuk mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosialnya dan secara bertahap meningkatkan kualitas pengungkapannya. Karena itu, semakin baik kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial yang diungkapkan semakin mudah perusahaan memperoleh legitimasi.

Kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya paparan media. Media dapat membuat perusahaan berusaha berkomunikasi dengan *stakeholder*. Perusahaan yang memilih untuk mengkomunikasikan pengungkapan tanggung jawab sosialnya melalui media dapat meningkatkan reputasi perusahaan untuk memperoleh legitimasi. Publisitas informasi perusahaan yang meningkat melalui media internet mampu mendorong perusahaan untuk meningkatkan kualitas pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Semakin banyak yang dipublikasikan dapat meningkatkan motivasi bagi perusahaan untuk memperbanyak pelaksanaan kegiatan tanggung jawab sosial.

Selain paparan media faktor yang juga mempengaruhi kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah kepekaan industri. Menurut Yunina dan Eftiana (2017), kepekaan industri merupakan besarnya pengaruh aktivitas yang ditimbulkan oleh industri dan bersinggungan langsung dengan lingkungan. Tingkat kepekaan industri tergolong dalam dua karakteristik dalam industri, yaitu *high profile* dan *low profile*. Industri yang tergolong kedalam *high profile* memiliki potensi risiko lingkungan, sosial, persaingan, dan politik yang lebih tinggi sehingga memiliki tingkat kepekaan lebih tinggi. Risiko tersebut timbul akibat besarnya potensi dari dampak yang dihasilkan oleh aktivitas operasional masing-masing jenis industri. Dengan demikian, adanya risiko ini mengakibatkan munculnya berbagai tuntutan dari berbagai pihak atas risiko tersebut. Tuntutan yang dihasilkan mendorong perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawabnya, khususnya industri yang tergolong *high profile*.

Selain paparan media dan tingkat kepekaan industri, ukuran perusahaan juga menjadi faktor yang cukup penting untuk mengetahui kualitas dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Deitiana (2014), ukuran perusahaan adalah skala yang digunakan untuk mengklasifikasikan ukuran dari suatu entitas bisnis. Berdasarkan teori legitimasi, terdapat alasan mengenai hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Yunina dan Eftiana, 2017). Menurut Melvin dan Rachmawati (2021), dengan adanya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, maka akan membentuk kepercayaan di antara *stakeholder* dengan perusahaan. Semakin besar skala perusahaan, semakin besar juga komitmen, peluang, dan tuntutan *stakeholder* untuk mendorong kebijakan terkait aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas terlihat bahwa topik keberlanjutan menjadi hal yang menarik untuk diteliti. Hal ini karena baik paparan media, kepekaan industri, dan ukuran perusahaan memberikan pengaruhnya masing-masing kepada kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Adanya paparan media dapat meningkatkan motivasi perusahaan untuk melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosialnya. Dengan semakin banyak media yang di publikasikan perusahaan maka pengungkapan tanggung jawab perusahaan juga semakin meningkat. Terkait kepekaan industri, perusahaan dengan tingkat kepekaan yang tinggi cenderung memiliki tingkat risiko yang lebih tinggi sehingga sorotan yang diberikan masyarakat lebih tinggi. Sorotan yang diberikan masyarakat akan memberikan dorongan bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas pengungkapan tanggung jawab sosialnya.

Ukuran perusahaan yang lebih besar memiliki aktivitas lebih kompleks sehingga memiliki pengaruh yang besar terhadap sekitar. Oleh karena itu, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan lebih banyak ditekankan kepada perusahaan dengan ukuran besar. Dengan demikian, ketiga variabel ini memiliki pengaruh masing-masing dengan menjadikan pengungkapan tanggung jawab sosial penting bagi kelangsungan perusahaan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, dirumuskan beberapa masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah paparan media memberikan pengaruh terhadap kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
2. Apakah kepekaan industri memberikan pengaruh terhadap kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
3. Apakah ukuran perusahaan memberikan pengaruh terhadap kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
4. Apakah paparan media, kepekaan industri dan ukuran perusahaan memberikan pengaruh secara simultan terhadap kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang akan dicapai dalam penelitian ini:

1. Mengetahui pengaruh paparan media terhadap kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Mengetahui pengaruh kepekaan industri terhadap kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
3. Mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
4. Mengetahui pengaruh secara simultan dari paparan media, kepekaan industri dan ukuran perusahaan terhadap kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

1.4. Kegunaan Penelitian

Melalui hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. **Bagi Penulis**

Hasil penelitian diharapkan dapat memperluas pengetahuan penulis mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan program keberlanjutan yang dijalankan perusahaan yang terdaftar di BEI 2018-2019. Penulis diharapkan dapat memahami faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2. **Bagi Perusahaan**

Hasil penelitiannya diharapkan dapat membantu perusahaan dalam memahami faktor yang dapat mempengaruhi kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan yang dimaksud adalah perusahaan di bidang di bidang pertambangan, konstruksi, farmasi, minyak dan gas, barang konsumen, bank, semen, transportasi, dan infrastruktur. Selain itu, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran bagi perusahaan agar dapat terus berpartisipasi dalam program keberlanjutan serta melakukan pengungkapan di dalam laporan perusahaan.

3. **Bagi Pembaca**

Hasil penelitian diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan pembaca mengenai pengaruh dari paparan media, kepekaan industri dan ukuran perusahaan terhadap kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

4. **Bagi Peneliti Selanjutnya**

Hasil penelitian diharapkan memberikan manfaat bagi peneliti selanjutnya sebagai referensi dan tambahan informasi bagi peneliti yang akan melakukan penelitian lebih lanjut dengan topik serupa.

1.5. Kerangka Pemikiran

Dewasa ini, berbagai isu sosial dan lingkungan muncul dan menjadi agenda penting yang perlu menjadi fokus perusahaan. Perkembangan dalam dunia usaha pun mendorong perusahaan untuk meningkatkan perhatiannya terhadap isu lingkungan dan sosial tersebut terutama yang berada di sekitar perusahaan (Rheadanti, 2019). Upaya perusahaan untuk mengikuti perkembangan yang ada rupanya memberikan

dampak positif maupun negatif terhadap sekitarnya. Berbagai pihak menuntut perusahaan untuk bertanggung jawab atas dampak negatif yang mungkin terjadi karena dampak negatif yang dihasilkan tidak dapat diabaikan begitu saja oleh perusahaan. Oleh karena itu, selain berfokus terhadap ekonomi, perusahaan diharapkan untuk ikut serta membantu membenahi permasalahan terkait keberlanjutan lingkup sosial dan lingkungan (*Global Reporting Initiatives*, 2016).

Upaya perusahaan dalam memenuhi tanggung jawabnya diimplementasikan melalui kontribusi perusahaan dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Kegiatan tanggung jawab sosial tersebut dapat dinyatakan melalui laporan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dimaknai sebagai tanggung jawab perusahaan dalam menyesuaikan diri dengan kebutuhan dan harapan *stakeholder* terhadap isu sosial dan lingkungan (Utami, 2021). Antara *stakeholder* dan perusahaan, keduanya saling membutuhkan sehingga memberikan hubungan timbal balik satu sama lain. Di mana keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi dengan adanya *stakeholder* (Julekhah dan Rahmawati, 2019).

Upaya perusahaan dalam mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosialnya dilakukan untuk memperoleh legitimasi. Adanya legitimasi menjadi penting bagi keberlangsungan perusahaan. Menurut Julekhah dan Rahmawati (2019), *stakeholder* memiliki peran yang dapat mempengaruhi keberadaan perusahaan. Adanya legitimasi memberi pemahaman bahwa perusahaan harus bertanggung jawab bukan hanya terhadap *shareholder* tetapi kepada *stakeholder* (Hasibuan dkk, 2020). Tuntutan tanggung jawab tersebut menjadi pemicu bagi perusahaan untuk mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosialnya dan secara bertahap meningkatkan kualitas pengungkapannya. Menurut Arshad dan Vakhidulla (2011), Andreas Tan dkk (2016), Rheadanti (2019), serta Jurnal dan Susanti (2021), terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diantaranya paparan media, sensitivitas industri, dan ukuran perusahaan.

Jika perusahaan ingin memperoleh legitimasi melalui kegiatan tanggung jawab sosial, perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan dan berkomunikasi dengan *stakeholder*. Salah satu cara perusahaan untuk berkomunikasi yaitu melalui kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan yang diungkapkan dengan media. Menurut Potter (2012) dan Fahmi (2015), mengkomunikasikan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan melalui media

membutuhkan suatu maksud atau pesan untuk disampaikan agar mampu membangun persepsi baik terhadap perusahaan. Media akan mempermudah perusahaan untuk memberikan informasi tentang perusahaan, selain itu masyarakat pun akan dengan mudah memperoleh informasi. Paparan media juga dapat digunakan untuk pengungkapan nilai baik dari perusahaan melalui kegiatan tanggung jawab sosial dengan menggunakan media perusahaan (Rheadanti, 2019).

Dalam pemberitaan, tidak semua berisi berita yang positif tetapi ada juga yang negatif. Pemberitaan mengenai isu sosial dan lingkungan yang timbul dari aktivitas perusahaan akan mendapatkan perhatian dari masyarakat. Hal ini memberikan tekanan bagi perusahaan agar lebih memperhatikan masalah sosial dan lingkungan tersebut. Menurut Hasnia dan Rofingatun (2017) dan Desak Kadek Rheadanti (2019), paparan media memberikan pengaruh positif terhadap kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Publisitas informasi tanggung jawab sosial perusahaan yang dikomunikasikan melalui media akan meningkatkan kesadaran masyarakat akan isu perusahaan (Rheadanti, 2019). Menurut Julekhah dan Rachmawati (2019) serta Melvin dan Rachmawati (2021), semakin banyak liputan media yang dipublikasikan oleh perusahaan, maka memberikan dorongan bagi perusahaan untuk semakin banyak melakukan kegiatan tanggung jawab sosial.

Kepekaan industri merupakan dampak yang dibentuk perusahaan yang berkaitan langsung dengan lingkungan perusahaan (Yunina, 2017). Terdapat dua karakteristik industri yang menjadi determinan kualitas dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu industri *high profile* dan industri *low profile*. Industri *high profile* memiliki tingkat sensitivitas atau kepekaan yang lebih tinggi. Semakin tinggi tingkat sensitivitas suatu perusahaan, risiko dari aktivitas yang dijalankan berpotensi memberikan pengaruh lebih besar terhadap sekitarnya. Oleh sebab itu, perusahaan dengan tingkat sensitivitas tinggi umumnya akan mendapatkan sorotan yang lebih dari *stakeholder*. Menurut Solikhah dan Winarsih (2016), guna memperoleh legitimasi dari *stakeholder*, perusahaan yang memberikan pengaruh besar terhadap lingkungan sekitarnya dan *stakeholder* cenderung mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Menurut Widiastuti dkk (2018), serta Julaekhah dan Rahmawati (2019) perusahaan dengan tingkat sensitivitas lebih tinggi akan mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungannya dengan lebih berkualitas. Oleh karena itu, dengan perusahaan meningkatkan kualitas pengungkapan tanggung jawab sosialnya diharapkan dapat menurunkan tekanan dari *stakeholder* dan masyarakat sekitar.

Ukuran perusahaan adalah skala yang digunakan untuk mengklasifikasikan ukuran dari suatu entitas bisnis (Deitiana, 2014). Ukuran perusahaan yang lebih besar cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas. Informasi yang diungkapkan pun cenderung memiliki sifat asimetri yang lebih besar karena aktivitas operasionalnya yang lebih kompleks. Kompleksitas tersebut kemudian akan memberikan dampak yang lebih besar terhadap lingkungan sekitarnya. Semakin besar dampak yang diberikan perusahaan, semakin tinggi juga perhatian yang diberikan *stakeholder*. Akibatnya, tekanan yang diberikan *stakeholder* terhadap perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan akan lebih besar. Dengan demikian, semakin besar ukuran dari suatu perusahaan maka kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dipublikasikan akan semakin luas pula (Jurnali dan Susanti, 2021).

Penelitian terdahulu banyak mengambil subjek penelitian dengan perusahaan yang kegiatan operasionalnya memberikan dampak langsung terhadap sekitarnya. Sedangkan penelitian terhadap perusahaan-perusahaan yang tidak memberikan dampak secara langsung masih jarang diteliti. Berbagai penelitian terdahulu dengan variabel yang sama telah dilakukan dan masih menunjukkan hasil yang beragam. Ada beberapa penelitian menunjukkan hubungan yang signifikan tetapi ada juga yang tidak. Untuk variabel paparan media, hubungan yang signifikan antara variabel paparan media terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ditunjukkan dari penelitian yang dilakukan oleh Rupley dkk (2012), Rheadanti (2019), serta Hasnia dan Rofingatun (2017). Walaupun demikian, ada beberapa penelitian juga yang menunjukkan hasil berbeda yaitu tidak adanya hubungan yang signifikan antara variabel paparan media terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Sama hal-nya dengan variabel paparan media, penelitian yang dilakukan antara variabel kepekaan industri dengan kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga banyak menunjukkan hasil yang berbeda. Penelitian yang dilakukan oleh Solikhah dan Winarsih (2016), Widiastuti dkk (2018) dan Julekhah dan Rahmawati (2019) menunjukkan hasil yang signifikan antara kepekaan industri dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Lalu, penelitian untuk variabel ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga menghasilkan beragam hasil, seperti Widiastuti dkk (2018) dan Rheadanti (2019) di mana hasilnya menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan. Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul:

PENGARUH PAPARAN MEDIA, KEPEKAAN INDUSTRI DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KUALITAS PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN.