

ABSTRAK

Dessy Simatupang, Faktor-faktor yang mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada *Web* Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Skripsi, Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, 2014

Permasalahan dalam penelitian ini apakah *profile*, likuiditas, *growth*, ukuran dewan komisaris, kepemilikan saham publik, reputasi auditor berpengaruh secara simultan terhadap *Corporate Social Responsibility* yang disajikan dalam *website* perusahaan dan tujuan penelitian menguji dan menganalisis pengaruh faktor *profile*, likuiditas, *growth*, ukuran dewan komisaris, kepemilikan saham publik, reputasi auditor terhadap *Corporate Social Responsibility* pada *website* perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012.

Populasi dalam penelitian seluruh perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012. Dari 410 perusahaan yang terdaftar dipilih 116 perusahaan sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah data sekunder, dengan cara mengumpulkan dari laporan tahunan bersumber dari *website* masing-masing perusahaan yang dipublikasikan dalam periode pengamatan yang di download melalui web masing-masing perusahaan. Metode analisis digunakan adalah metode deskriptif dan metode statistik dengan *software* SPSS versi 19.00. dengan pengujian hipotesis menggunakan uji F dengan tingkat kepercayaan 5%.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *profile*, likuiditas, *growth*, ukuran dewan komisaris, kepemilikan saham publik, dan reputasi auditor berpengaruh signifikan secara simultan terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada *website* perusahaan sebesar 5,089 dengan tingkat signifikansi $0,000 \leq 0,05$.

Penelitian ini menyimpulkan *profile*, likuiditas, *growth*, ukuran dewan komisaris, kepemilikan saham publik, dan reputasi auditor berpengaruh signifikan secara simultan terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada *website* perusahaan, penelitian ini sesuai dengan penelitian Fahrizqi (2010) dan Nasution (2013) namun tidak sesuai dengan penelitian Septiarsi (2013) dan membuktikan teori *Stakeholder* yang menyatakan perusahaan memiliki pihak yang mempunyai kepentingan terhadap perusahaan, dan *Agency Theory* menyatakan bahwa perusahaan memberikan sinyal-sinyal kepada pihak luar perusahaan dengan tujuan meningkatkan reputasi perusahaan.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *website*, pengungkapan. Faktor-faktor yang mempengaruhi *CSR*.

ABSTRACT

Dessy Simatupang, Factors affecting Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) on the Web Company Listed on the Indonesia Stock Exchange. Thesis, Program Accounting Studies, Faculty of Economics, University of Medan, 2014

The problem in this study whether the profile, liquidity, growth, board size, public ownership, auditor reputation effect simultaneously on Corporate Social Responsibility presented in the company's website and research purposes to test and analyze the influence of the profile, liquidity, growth, board size, public ownership, auditor reputation on corporate Social Responsibility on the company's website Listed in Indonesia Stock Exchange in 2012.

The population around the non-financial companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2012. From 410 listed companies with a sample of 116 companies selected using purposive sampling method. The data used are secondary data, by means of collecting annual reports sourced from the website of each company are published in the observation period downloaded through the web of each company. The analytical method used is descriptive and statistical methods with SPSS software version 19 o'clock. by testing the hypothesis using the F test with a confidence level of 5%.

The results showed that the profile, liquidity, growth, board size, public ownership, and the reputation of the auditor significant effect simultaneously on Corporate Social Responsibility (CSR) on the company's website at 5.089 with a significance level of $0.000 \leq 0.05$.

This study concludes profile, liquidity, growth, board size, public ownership, and the reputation of the auditor significant effect simultaneously on Corporate Social Responsibility (CSR) on the company's website, these findings are consistent with research Fahrizqi (2010) and Nasution (2013) but not in accordance with the research Septiarsi (2013) Stakeholder theory and proves that states the company has a party that has an interest in the company, and Agency theory states that companies provide signals to outside parties with the aim of enhancing the reputation of the company.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), the website, the disclosure. Factors that affect CSR.