

**ANALISIS PENGUNGKAPAN INFORMASI TANGGUNG JAWAB
SOSIAL MELALUI WEB: PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN,
KEDEKATAN KONSUMEN, SENSITIVITAS LINGKUNGAN,
PROFITABILITAS DAN LEVERAGE
(STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR GO PUBLIK
DI INDONESIA TAHUN 2012)**

OLEH :

**SARIP HIDAYATULLAH
43209010-239**

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji pengungkapan informasi tanggung jawab sosial melalui web: pengaruh ukuran perusahaan, kedekatan konsumen, sensitivitas lingkungan, profitabilitas dan leverage (studi empiris pada perusahaan manufaktur go publik di Indonesia tahun 2012). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi berganda.

Penelitian ini menggunakan metode kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik purposive sampling. Data yang diperoleh sebanyak 45 perusahaan (136 sampel) di industri manufaktur tahun 2012 dan dihubungkan dengan 3 variabel penelitian, yaitu : 1 variabel independen: tanggung jawab sosial, dan 5 variabel dependen: ukuran perusahaan, kedekatan konsumen, sensitivitas lingkungan, profitabilitas dan leverage.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) ukuran perusahaan berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi tanggung jawab sosial, (2) kedekatan konsumen berpengaruh positif namun tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi tanggung jawab sosial, (3) sensitivitas lingkungan berpengaruh positif namun tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi tanggung jawab sosial, (4) profitabilitas berpengaruh positif namun tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi tanggung jawab sosial, (5) leverage berpengaruh positif namun tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi tanggung jawab sosial, (6) untuk hasil uji F, ukuran perusahaan, kedekatan konsumen, sensitivitas lingkungan, profitabilitas dan leverage secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengungkapan informasi tanggung jawab sosial.

Kata kunci: tanggung jawab sosial, ukuran perusahaan, kedekatan konsumen, sensitivitas lingkungan, profitabilitas dan leverage.

**ANALYSIS DISCLOSURE OF SOCIAL RESPONSIBILITY THROUGH
WEB: EFFECT SIZE COMPANY, CUSTOMER PROXIMITY,
ENVIRONMENTAL SENSITIVITY, PROFITABILITY AND LEVERAGE
(EMPIRICAL STUDY ON MANUFACTURING COMPANY IN
INDONESIA GO PUBLIC IN 2012)**

BY :

**SARIP HIDAYATULLAH
43209010-239**

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine social responsibility information disclosure via the web: effect of firm size, proximity to consumer, environmental sensitivity, profitability and leverage (the empirical study of manufacturing firms going public in Indonesia in 2012). Data analysis techniques used in this study is multiple regression analysis techniques.

This study uses causal. The population in this study is a manufacturing company listed on the Stock Exchange in 2012. Sampling technique in this study was purposive sampling technique. Data obtained by 45 companies (136 samples) in the manufacturing industry in 2012 and connecting it with 3 variables , namely: 1 independent variables: social responsibility, and 5 dependent variables: firm size, proximity consumer, environmental sensitivity, profitability and leverage. The results showed that: (1) firm size has positive and significant effect on social responsibility disclosure, (2) consumer proximity effect is positive but not significant effect on social responsibility disclosure, (3) the sensitivity of the environment has a positive effect, but no effect significant social responsibility information disclosure, (4) the positive effect of profitability but no significant effect on social responsibility disclosure, (5) the leverage effect is positive but not significant effect on social responsibility disclosure, (6) for the F test results, company size, proximity consumer, environmental sensitivity, profitability and leverage jointly influence on social responsibility disclosure.

Keywords: social responsibility, size of company, customer proximity, environmental sensitivity, profitability and leverage.