

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PADA PERUSAHAAN

(Studi Kasus Pada Emiten Subsektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2012)

Dr. Majidah, S.E., M.Si
Sandro Agustin Sihite
Universitas Telkom

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2010-2012. Faktor-faktor yang dianalisis dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, ukuran dewan komisaris sebagai variabel independen dan pengungkapan tanggung jawab sosial sebagai variabel dependen.

Penelitian ini tergolong ke dalam jenis penelitian deskriptif verifikatif bersifat kausalitas. Dengan pemilihan sampel menggunakan *purposive sampling* didapatkan sebanyak 42 sampel perusahaan. Metode analisis dari penelitian ini menggunakan data panel. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) koefisien determinasi (R^2) bernilai sebesar 95.10% sedangkan sisanya 4.90% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian; (2) ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan secara simultan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial; (3) secara parsial profitabilitas, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh negative terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Kata kunci : Ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, ukuran dewan komisaris, pengungkapan tanggung jawab sosial.

Abstract

This study aims to analyze the factors that affect the disclosure of corporate social responsibility in the food and beverage manufacturing subsectors listed in the Indonesia Stock Exchange (IDX) 2010-2012. The factors analyzed in this study are firm size, profitability, leverage, board size as the independent variable and social responsibility disclosure as the dependent variable.

This study belong to the type of research is descriptive verification of causality. With the selection of the sample using purposive sampling as many as 42 samples acquired company. The method of analysis of this study uses panel data. The data used in this study is secondary data.

The results of this study indicate that (1) the coefficient of determination (R^2) totaled 95.10%, while the remaining 4.90% is explained by other variables outside our model; (2) firm size, profitability, leverage, and board size have a significant effect simultaneously on the disclosure of social responsibility;

(3) *partially profitability, leverage, and board size has a positive effect while the size of the company's negative effect on social responsibility disclosure.*

Keywords: *company size, profitability, leverage, board size, social responsibility disclosure.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Kenyataan bahwa keberadaan suatu perusahaan di lingkungan masyarakat hampir pasti membawa dampak negatif, meskipun memiliki kemanfaatan untuk kesejahteraan dan pembangunan (Hadi, 2011). Dampak yang muncul dalam setiap kegiatan operasional perusahaan ini dipastikan akan membawa akibat kepada lingkungan di sekitar perusahaan itu menjalankan usahanya. Dampak negatif yang paling sering muncul ditemukan dalam setiap adanya penyelenggaraan operasional usaha perusahaan adalah polusi suara, limbah produksi, kesenjangan, dan lain sebagainya dan dampak semacam inilah yang dinamakan *Eksternality* (Harahap, 1999 dalam Haryanto, 2003). Hal ini menjadi alasan perlunya kesadaran terhadap *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) demi tercapainya sebuah keseimbangan dunia usaha antara pelaku dan masyarakat sekitar, dimana para pelaku bisnis dituntut untuk menjalankan usahanya dengan semakin bertanggung jawab. *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan bertujuan untuk menyelaraskan diri dengan norma masyarakat. Dengan adanya *Corporate Social Responsibility* yang baik, maka diharapkan perusahaan akan mendapat legitimasi dari masyarakat sehingga dapat meningkatkan kinerja yang bertujuan untuk pencapaian keuntungan perusahaan.

Di Indonesia dalam menyikapi kesadaran terhadap CSR, pemerintah telah mengatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT) bahwa setiap perusahaan yang bergerak/menjalankan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selain itu, berdasarkan Undang-undang Penanaman Modal No.25 tahun 2007 pasal 15 dan 34 disebutkan bahwa perusahaan yang tidak melaksanakan CSR akan dikenakan sanksi administratif berupa peringatan tertulis, pembatalan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha, dan yang terakhir adalah pencabutan izin kegiatan (Soewarno, 2009 dalam Mawarani, 2010).

Walaupun sudah lama prinsip-prinsip CSR diatur dalam peraturan perundang-undangan tentang hukum perusahaan, namun dalam praktiknya, masih terdapat beberapa fenomena yang menggambarkan bahwa perusahaan-perusahaan di Indonesia belum sepenuhnya menerapkan CSR dengan baik dalam perusahaannya. Dari hasil survei yang dilakukan oleh Suprpto (2005) terhadap 375 perusahaan di Jakarta menunjukkan bahwa 166 atau 44,27 % perusahaan menyatakan tidak melakukan kegiatan CSR dan 209 atau 55,75 % perusahaan melakukan kegiatan CSR. Sedangkan bentuk CSR yang dijalankan meliputi; pertama, kegiatan kekeluargaan (116 perusahaan), kedua, sumbangan pada lembaga agama (50 perusahaan), ketiga, sumbangan pada yayasan sosial (39 perusahaan) keempat, pengembangan

komunitas (4 perusahaan). Survei ini juga mengemukakan bahwa CSR yang dilakukan oleh perusahaan amat tergantung pada keinginan dari pihak manajemen perusahaan sendiri.

Selain terdapat pula implementasi CSR pada perusahaan subsektor Makanan dan Minuman pada tahun 2012 dengan menggunakan instrumen pengukuran *corporate social responsibility index* (CSRI). Hasil yang diperoleh dari 14 perusahaan subsektor Makanan dan Minuman berkisar 45,50%. Tingkat pengungkapan CSR ini tergolong relatif rendah.. Meskipun, telah ditetapkan peraturan-peraturan yang mengatur pelaksanaan dan pelaporan CSR, namun peraturan-peraturan tersebut tidak memberikan pedoman khusus mengenai bagaimana dan informasi apa saja yang harus dilaporkan oleh perusahaan mengenai pelaksanaan CSR, sehingga pengungkapan yang memadai terkait dengan kegiatan CSR masih dirasa kurang. Selama ini pengungkapan mengenai kegiatan CSR hanya berlatarkan kebutuhan perusahaan untuk membentuk *image* bahwa dalam pandangan *stakeholder* perusahaan memiliki kepedulian terhadap lingkungan sosial dan lingkungan hidup (Gray, Kouhy, & Lavers, 1995) dalam (Kristi, 2012). Selain itu, apa yang dilaporkan dan diungkapkan sangat beragam, sehingga menyulitkan pembaca laporan tahunan untuk melakukan evaluasi (Utama, 2007). Hingga kini belum terdapat kesepakatan standar pelaporan CSR yang dapat dijadikan acuan bagi perusahaan dalam menyiapkan laporan CSR (Jalal, 2007).

Selain belum adanya badan hukum dan pedoman khusus mengenai pelaksanaan CSR terdapat juga indikasi bahwa faktor ukuran perusahaan dapat mempengaruhi pengungkapan CSR di dalam suatu perusahaan. Pernyataan ini didukung dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Mutia *et al.* (2011), yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini tercermin dalam teori agensi yang menjelaskan bahwa perusahaan besar mempunyai biaya agensi yang besar, oleh karena itu perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi daripada perusahaan kecil.

Faktor lainnya adalah profitabilitas. Rasio profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam tingkat penjualan, aset bersih perusahaan maupun modal sendiri (Raharjaputra, 2009). Ketika perusahaan mencapai *profitable*, maka perusahaan akan lebih mudah untuk mengalokasikan biaya pengungkapan CSR lebih besar. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas, semakin tinggi pula tingkat pengungkapan CSR. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari (2012) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Leverage merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Menurut Purnasiwi (2011), *leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Dengan demikian *leverage* menggambarkan risiko keuangan perusahaan. Sehingga perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena risiko perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi. Hal ini dikarenakan perusahaan yang memiliki *leverage* tinggi akan berusaha terlihat ingin lebih baik khususnya

terhadap kreditur dengan melaporkan pengungkapan CSR yang baik. Dalam penelitiannya Purnasiwi (2011) menyatakan leverage berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR adalah ukuran dewan komisaris. Dengan wewenang yang dimiliki, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen untuk mengungkapkan CSR. Sehingga perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan CSR. Penelitian yang dilakukan oleh Mutia (2011) menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Tinjauan Pustaka

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan di dunia dan Indonesia kini telah menjadi isu penting berkaitan dengan masalah dampak lingkungan dalam pembangunan berkelanjutan. Hal tersebut muncul sebagai reaksi dari banyak pihak terhadap kerusakan lingkungan baik fisik, psikis mau pun sosial, sebagai akibat dari pengelolaan sumber-sumber produksi secara yang tidak benar. Robert J. Hughes dan Kapoor (1985) dalam (Poerwanto, 2010:16-17) mendefinisikan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan adalah pengakuan bahwa kegiatan-kegiatan bisnis mempunyai dampak pada masyarakat dan dampak tersebut menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan bisnis. Kemudian David Baron (2003) dalam Poerwanto (2010:18) mendefinisikan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai komitmen moral terhadap prinsip khusus atau mendistribusikan kembali sebagian dari kekayaan perusahaan kepada pihak lain.

World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) dalam Fahrizqi (2010) secara khusus mengarahkan tanggung jawab sosial lebih difokuskan pada pembangunan ekonomi. WBCSD menggambarkan tanggung jawab sosial sebagai:

“business commitment to contribute to sustainable economic development, working with employees, their families, the local community and society at large to improve their quality of life”

Definisi tersebut menunjukkan bahwa setiap perusahaan harus bertanggung jawab secara ekonomi terhadap karyawan dan keluarganya, masyarakat sekitar lokasi perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas hidup mereka.

Anggraini (2006) menyatakan bahwa tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*) memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tenang, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengkonsumsi makanan dapat terpenuhi. Oleh karena itu dalam perkembangan sekarang ini akuntansi konvensional telah banyak dikritik karena tidak dapat mengakomodir kepentingan masyarakat secara luas, sehingga kemudian muncul konsep akuntansi baru yang disebut sebagai *Social Responsibility Accounting (SRA)* atau Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial.

Di Indonesia, badan yang mengatur tentang pengungkapan adalah Keputusan Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam-LK) No. Kep-38/PM/1996. Ada dua jenis ungkapan dalam pelaporan keuangan yang telah ditetapkan. Pertama adalah ungkapan wajib (*mandatory disclosure*), yaitu informasi yang harus diungkapkan oleh emiten yang diatur oleh peraturan pasar modal di suatu negara. Kedua adalah ungkapan sukarela (*voluntary disclosure*), yaitu ungkapan yang dilakukan secara sukarela oleh perusahaan tanpa diharuskan oleh standar yang ada.

Menurut Marwata (1999) dalam Hasibuan (2001) pengungkapan sosial yang diungkapkan diperusahaan merupakan informasi yang sifatnya sukarela karenanya perusahaan memiliki kebebasan untuk mengungkapkan informasi yang tidak diharuskan oleh badan penyelenggaraan pasar modal. Keluasan tersebut menyebabkan terjadinya keragaman dalam kualitas pengungkapan diantaranya perusahaan publik.

Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana diklasifikasikannya perusahaan menurut besar kecilnya. Besar kecilnya suatu perusahaan dapat dilihat dari jumlah pendapatan, total aset, jumlah karyawan dan total modal.

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR tercermin dalam teori agensi yang menjelaskan bahwa perusahaan besar mempunyai biaya agensi yang besar, oleh karena itu perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi daripada perusahaan kecil (Nurkhin, 2010). Lerner (1991) dalam Siregar (2010) juga menyatakan bahwa semakin besar aset sebuah perusahaan, maka semakin besar tanggung jawab sosialnya, dan hal ini akan dilaporkan dalam laporan tahunan, sehingga pengungkapannya juga semakin luas. Penelitian oleh Mutia (2011) dan Kamil (2011) menunjukkan adanya pengaruh antara ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR.

H₁: Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial

Profitabilitas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Profitabilitas merupakan suatu kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba untuk meningkatkan nilai pemegang saham. Menurut Heinze (1976); Gray, *et al.* (1995b); dalam Sembiring (2005) profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan CSR kepada pemegang saham. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan dengan profit yang tinggi akan mengalokasikan pembiayaan CSR yang lebih tinggi pula, sehingga pengungkapannya akan semakin baik. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosialnya.

Beberapa penelitian yang menguji pengaruh profitabilitas didasarkan pada *legitimacy theory* yang mengakui adanya hubungan antara kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan dengan profitabilitas perusahaan yang bersangkutan (Sun *et al.*, 2010) dalam Amal (2011). Perusahaan dengan manajemen yang memiliki pengetahuan akan mampu menciptakan profit dan akan memahami pentingnya tanggung jawab sosial dan lingkungan, yang pada akhirnya akan diungkapkan dalam laporan tahunan.

Penelitian ilmiah yang dilakukan Sembiring (2005) mengenai hubungan profitabilitas dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memperlihatkan hasil yang positif, seperti yang dibuktikan oleh Anggraini (2006) dan Nurkhin (2010).

H₂: Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial

Leverage dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Leverage mencerminkan risiko keuangan perusahaan karena dapat menggambarkan struktur modal perusahaan dan mengetahui resiko tak tertagihnya suatu utang. Semakin tinggi *leverage* suatu perusahaan, maka perusahaan memiliki risiko keuangan yang tinggi, sehingga menjadi sorotan dari para *debtholders*. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung ingin melaporkan laba lebih tinggi agar dapat mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang (Sari, 2012). Purnasiwi (2011) menyatakan bahwa *leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Dengan demikian *leverage* menggambarkan risiko keuangan perusahaan. Sehingga perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena risiko perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi. Hal ini dikarenakan perusahaan yang memiliki *leverage* tinggi akan berusaha ingin terlihat lebih baik khususnya terhadap kreditur dengan melaporkan pengungkapan CSR yang baik. Dalam penelitiannya Purnasiwi (2011) menyatakan *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR.

H₃: *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial

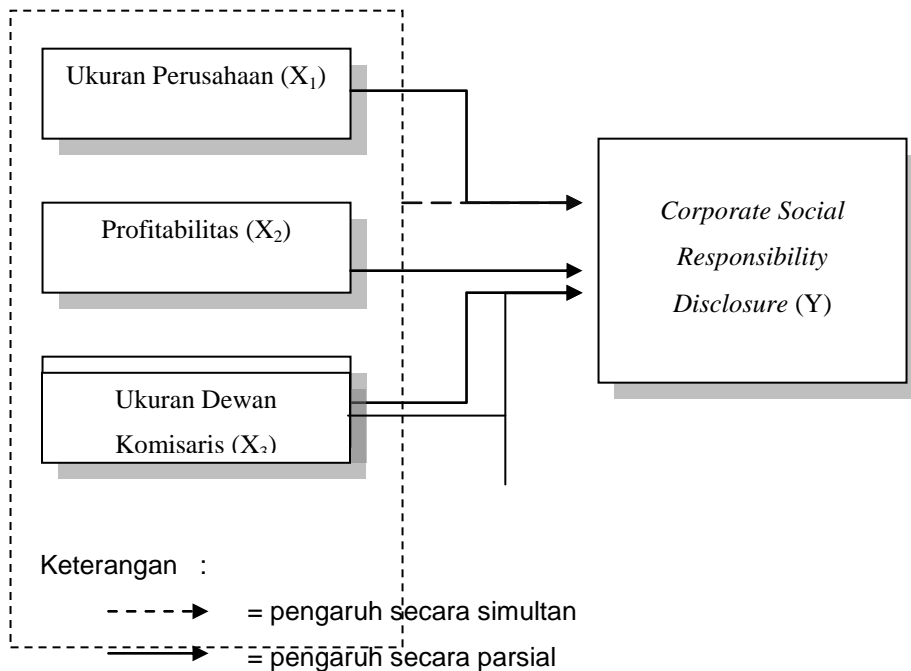
Ukuran Dewan Komisaris dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Ukuran dewan komisaris adalah jumlah anggota dewan komisaris. Dewan komisaris adalah mekanisme pengendalian intern tertinggi yang bertanggung jawab untuk mengelola perusahaan secara efektif. Dewan komisaris terdiri dari *inside* dan *outside director* yang akan memiliki akses informasi khusus yang berharga dan sangat membantu dewan komisaris serta menjadikannya sebagai alat efektif dalam keputusan pengendalian. Sedangkan fungsi dari dewan komisaris itu sendiri adalah mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi) dan bertanggung jawab untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern perusahaan (Mulyadi, 2002).

Berkaitan dengan ukuran dewan komisaris, Sitepu dan Siregar (2008) dalam Mutia (2011) melalui penelitiannya menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan informasi sosial perusahaan. Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya.

H₄: Ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial

Kerangka Pemikiran



Gambar 1: Kerangka Pemikiran
Sumber: hasil olah data

Secara garis besar penelitian ini terbagi menjadi dua tahap, tahap pertama yaitu mengetahui besarnya pengaruh simultan antar variabel dengan metode regresi data panel. Tahap kedua yaitu mengetahui besarnya pengaruh parsial antar variabel independen dengan variabel dependen.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang disusun dalam rangka memberikan gambaran secara sistematis tentang informasi ilmiah yang berasal dari subjek atau objek penelitian. Penelitian ini juga termasuk kepada penelitian verifikatif dengan pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif melalui suatu perhitungan statistik sehingga didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis tersebut ditolak atau diterima. Penelitian ini bersifat kausal karena didesain untuk meneliti kemungkinan adanya sebab-akibat antar variabel, dimana ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi) (Sanusi, 2011:13-14). Maka berdasarkan hal tersebut, penelitian ini tergolong ke dalam jenis penelitian deskriptif verifikatif bersifat kausalitas. Tujuan dari penelitian deskriptif verifikatif yang bersifat kausal dalam penelitian ini adalah untuk memperoleh informasi, memberikan gambaran dan menguji pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan ukuran dewan komisaris yang dianalisis secara objektif terhadap pengungkapan CSR, baik secara simultan maupun parsial. Penelitian ini menggunakan jenis data

kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, atau data kualitatif yang diangkakan (Sugiyono, 2011:223).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua emiten yang terdaftar dalam perusahaan manufaktur subsektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia . Sampel dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik ini dilakukan apabila populasi terlalu banyak dan adanya beberapa pertimbangan yang dapat memberikan data secara maksimal (Taniredja dan Mustafidah, 2011:37). Alasan penggunaan metode *purposive sampling* didasari atas pertimbangan agar sampel data yang dipilih memenuhi kriteria untuk diuji (Indriantoro dan Supomo, 2002:131). Kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Emiten Makanan dan Minuman yang terdaftar dalam subsektor Makanan dan Minuman di BEI selama 3 tahun berturut-turut
- b) Laporan keuangan disajikan dalam rupiah dan semua data yang dibutuhkan untuk penelitian ini tersedia dengan lengkap.

Berdasarkan penjelasan tentang kriteria penentuan sampel diatas, maka sampel yang digunakan sebanyak 14 perusahaan subsektor. Ringkasan prosedur pemilihan sampel dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1: Kriteria Pengambilan Sampel

Emiten yang pernah tercatat dalam subsektor selama periode 2010-2012	16
Emiten yang tidak konsisten terdaftar dalam subsektor Makanan dan Minuman di BEI selama tiga periode	(2)
Jumlah sampel yang dijadikan objek penelitian	14
Jumlah <i>firm year</i> = 14 emiten x 3 periode/tahun	42

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2013

Pengumpulan Data

Data sekunder adalah data yang telah ada dan tidak perlu dikumpulkan sendiri oleh peneliti, beberapa sumber data sekunder antara lain buletin statistik, publikasi pemerintah, informasi yang dipublikasikan atau dipublikasikan dari dalam atau luar perusahaan, data yang tersedia dari penelitian sebelumnya, studi kasus dan dokumen perpustakaan, data *online*, *website* dan internet (Sekaran, 2006:77). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder.

Data Sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Laporan Keuangan perusahaan yang terdaftar dalam subsektor Makanan dan Minuman di BEI tahun 2010-2012.
- 2) Laporan Tahunan (*Annual Report*) perusahaan yang terdaftar dalam subsektor makanan dan minuman tahun 2010-2012.
- 3) Penelitian sebelumnya yang mendukung penelitian ini, dapat berbentuk jurnal, skripsi maupun artikel.
- 4) Buku-buku yang menunjang penelitian ini.

Teknik pengumpulan dalam penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi, yaitu dengan melihat dokumen yang sudah terjadi (laporan keuangan dan laporan tahunan emiten) di Bursa Efek Indonesia. Pada penelitian ini, data diperoleh dari akses langsung *website* Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini juga menggunakan studi kepustakaan yaitu dengan membaca, mempelajari literatur dan publikasi yang terkait dengan penelitian.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini terdapat satu variabel dependen yaitu Pengungkapan Tanggung Tanggung Sosial serta terdapat empat variabel independen yaitu Ukuran Perusahaan, Profitabilita, *Leverage* dan Ukuran Dewan Komisaris.

Tabel 2: Variabel Operasional

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
Variabel Independen			
Ukuran Perusahaan (X_1)	Suatu skala dimana diklasifikasikannya perusahaan menurut besar kecilnya yang dapat dilihat dari jumlah pendapatan, total aset, jumlah karyawan dan total modal. Semakin besar ukuran pendapatan, total aset, jumlah karyawan dan total modal maka akan mencerminkan keadaan perusahaan yang semakin kuat (Basyaib, 2007).	Ukuran Perusahaan = Ln (total aset)	Rasio
Profitabilitas (X_2)	Rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba (Fahmi, 2011:189)	$ROA = \frac{EAT}{total\ aset}$	Rasio

Leverage (X ₃)	Rasio yang mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang (Fahmi, 2013:127)	$DER = \frac{\text{total kewajiban}}{\text{ekuitas}}$	Rasio
Ukuran Dewan Komisaris (X ₄)	Banyaknya jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan dan memiliki wewenang dan tanggung jawab untuk merencanakan, memimpin, atau mengendalikan serta mengawasi kegiatan Emiten (SK BAPEPAM LK NOMOR: KEP-716/BL/2012)	UDK = \sum Ukuran Dewan Komisaris	Rasio
Variabel Dependen			
Pengungkapan CSR (Y)	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> merupakan pengungkapan atas kegiatan-kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan sebagai wujud dari tanggung jawab sosialnya (Sayekti dan Wondabio, 2007 dalam Wilman, 2012).	$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$	Rasio

Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis regresi data panel. Data panel (*pooled data*) disebut juga *longitudinal* atau *micropanel data*. Gujarati dan Porter (2009:23) menyatakan, “In pooled or combined, data are elements of both time series and cross section data”. Data panel memiliki beberapa keunggulan diantaranya yaitu memiliki unsur penelitian *cross section* yang berulang (*time series*), banyaknya obyek penelitian berdampak pada data yang lebih informatif, bervariasi, kolinearitas antar variabel berkurang, dan derajat kebebasan (*degree of freedom*) meningkat. Serta data panel mampu meminimalkan bias yang ditimbulkan oleh agregasi data individu. Keunggulan-keunggulan tersebut berdampak pada tidak harus dilakukan pengujian asumsi klasik dalam data panel (Ajija *et al*, 2011:52).

Teknik estimasi model regresi data panel, ada tiga yang bisa digunakan yaitu model *Common Effect*, model *Fixed Effect* dan model *Random Effect*. Untuk menentukan teknik mana yang sebaiknya dipilih, ada dua uji yang digunakan untuk menentukan teknik yang paling tepat untuk mengestimasi regresi data

panel. Pertama Uji Chow digunakan untuk memilih antara metode *Common Effect* atau *Fixed Effect*. Kedua, Uji Hausman digunakan untuk memilih antara *Fixed Effect* atau *Random Effect*.

a. Uji signifikansi *Common Effect* atau *Fixed Effect* (Uji Chow)

Chow Test adalah pengujian untuk memilih apakah model yang digunakan *Common Effect* model atau *Fixed Effect* model. Dalam pengujian ini dilakukan dengan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : *Common Effect Model*

H_1 : *Fixed Effect Model*

Menurut Ajija *et al* (2011:53), jika memperoleh hasil nilai $F_{\text{Hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka menolak H_0 yang berarti model yang digunakan adalah model *Fixed Effect*. Kriteria lain yang dapat digunakan adalah dengan *Likelihood Test* pada alat uji statistic jika nilai *p-value cross-section Chi-Square* $\leq \alpha$ (taraf signifikansi 5%) atau nilai *p-value cross-section F Test* juga $\leq \alpha$ (taraf signifikansi 5%) maka model yang digunakan adalah model *Fixed Effect*. Jika sebaliknya, maka model yang digunakan adalah model *Common Effect*.

b. Uji Signifikansi *Fixed Effect* Atau *Random effect*
(Uji Hausmann)

Hausman Test adalah pengujian statistik sebagai dasar pertimbangan dalam memilih apakah menggunakan *Fixed Effect Model* atau *Random Effect Model*. Pengujian ini dilakukan dengan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : *Random Effects Model*

H_1 : *Fixed Effects Model*

Menurut Ajija *et al* (2011:54), apabila *Chi-Square statistic* \geq *Chi-Square tabel* dan *p-value* signifikan maka menolak H_0 yang berarti model yang digunakan adalah model *Fixed Effect*. Menurut Widarjono (2010:241), kriteria lain pengujian adalah jika nilai statistik Hausman $>$ nilai kritisnya (*Chi-Square* 5%, df) maka model yang digunakan adalah *Fixed effect*, sedangkan jika nilai statistik Hausman $<$ nilai kritisnya (*Chi-Square* 5%, df) maka model yang tepat digunakan adalah *Random effect*.

Analisis Regresi Data Panel

Menurut Winarno (2011:102), data panel adalah data yang terdiri atas beberapa variabel seperti pada data seksi silang, namun juga memiliki unsur waktu seperti pada data runtut waktu. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi data panel yang persamaannya dapat dituliskan sebagai berikut:

$$CSR_t = \beta_0 + \beta_1 UKPER_{it} + \beta_2 PROFITABILITAS_{it} + \beta_3 LEVERAGE_{it} + \beta_4 UDK_{it}$$

β_0 : Objek (Konstanta)

t	: Waktu
CSR	: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>
UKPER	: Ukuran Perusahaan
PROFITABILITAS	: Pendapatan Setelah Pajak terhadap Total Aset
LEVERAGE	: Total Kewajiban terhadap Ekuitas
UDK	: Ukuran Dewan Komisaris

Pengujian Hipotesis

Hipotesis yang diajukan (secara parsial):

H0: variabel independen secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen.

H1: variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Hipotesis yang diajukan (secara simultan):

H0: variabel independen secara simultan berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen.

H1: variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

HASIL PENELITIAN

Hasil Pengujian Statistik Deskriptif

Tabel 3: Hasil Pengujian Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Csr	42	.18	.78	.4484	.16922
ukper	42	26.02	31.71	28.1664	1.48008
Roa	42	-1.07	.42	.0836	.21119
Der	42	-2.18	2.72	.9676	.81302
Udk	42	2.00	10.00	4.6190	2.19703
Valid N (listwise)	42				

Penjelasan masing-masing variabel sesuai hasil pengujian statistik deskriptif dijelaskan berikut ini:

Deskripsi Ukuran Perusahaan ($X_{1,1}$)

Berdasarkan hasil pengujian deskriptif pada tabel 3, dapat dilihat bahwa nilai rata-rata (*mean*) variabel ukuran perusahaan adalah 28.1664. Standar deviasi variabel ukuran perusahaan adalah sebesar 1.48008, nilai standar deviasi ini jauh lebih rendah dari pada rata-rata variabelnya, artinya data ukuran perusahaan pada penelitian ini tidak bervariasi, dengan demikian ukuran perusahaan dalam penelitian ini dapat mewakili rata-rata ukuran perusahaan subsektor makanan dan minuman. Nilai variabel ukuran perusahaan (UKPER) yang terendah (minimum) sebesar 26.02 dimiliki oleh PT. SKLT, dan nilai yang tertinggi (maksimum) sebesar 31.71 dimiliki oleh PT. INDF. Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan

Republik Indonesia No. 46/M-DAG/PER/ 9/2009 perusahaan dinilai sudah merupakan perusahaan besar karena jumlah aset perusahaan di atas RP 10.000.000.000.

Deskripsi Profitabilitas ($X_{1,2}$)

Berdasarkan hasil pengujian deskriptif pada tabel 3, dapat dilihat bahwa nilai rata-rata (*mean*) variabel profitabilitas adalah 0.0836. Standar deviasi variabel profitabilitas adalah sebesar 0.21119, nilai standar deviasi ini lebih tinggi dari pada rata-rata variabelnya, artinya data variabel profitabilitas pada penelitian ini cenderung bervariasi, dengan demikian variabel profitabilitas dalam penelitian ini tidak dapat mewakili rata-rata profitabilitas perusahaan subsektor makanan dan minuman. Nilai variabel Profitabilitas (ROA) yang terendah (minimum) sebesar -1.07 dimiliki oleh PT. DAVO. Tingkat ROA yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan tidak beroperasi dengan efisien karena tingginya biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk memperoleh pendapatan. Nilai yang tertinggi (maksimum) sebesar 0.42 dimiliki oleh PT. MLBI. Tingkat ROA yang tinggi menunjukkan tingginya keuntungan jika dibandingkan terhadap penggunaan aset.

Deskripsi Leverage ($X_{1,3}$)

Berdasarkan hasil pengujian deskriptif pada tabel 3, dapat dilihat bahwa nilai rata-rata (*mean*) variabel *leverage* adalah 0.9676. Standar deviasi variabel *leverage* adalah sebesar 0.81302, nilai standar deviasi ini lebih rendah dari pada rata-rata variabelnya, artinya data variabel *leverage* pada penelitian ini cenderung tidak bervariasi, dengan demikian variabel *leverage* dalam penelitian ini dapat mewakili rata-rata *leverage* perusahaan subsektor makanan dan minuman. Nilai variabel *Leverage* (DER) yang terendah (minimum) sebesar -2.18 dimiliki oleh PT. DAVO. Rendahnya nilai *leverage* ini disebabkan rendahnya nilai ekuitas perusahaan dimana modal saham perusahaan lebih rendah dari saldo laba ditahan, sehingga perusahaan akan memiliki tingkat risiko keuangan yang lebih besar (lampiran 3). Nilai yang tertinggi (maksimum) sebesar 2.72 dimiliki oleh PT. DAVO. Perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi seperti ini memiliki tingkat risiko keuangan yang lebih besar. Tingginya tingkat *leverage* perusahaan disebabkan tingginya total kewajiban terhadap ekuitas yang dimiliki, sehingga perusahaan akan cenderung melaporkan laba yg lebih tinggi agar dapat mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian hutang.

Deskripsi Ukuran Dewan Komisaris ($X_{1,4}$)

Berdasarkan hasil pengujian deskriptif pada tabel 3, dapat dilihat bahwa nilai variabel Ukuran Dewan Komisaris yang terendah (minimum) sebesar 2.00 dimiliki oleh PT. STTP. Nilai ini menunjukkan kurangnya kesadaran perusahaan akan pentingnya pengawasan independen yang seharusnya dilakukan oleh komisaris. Hal ini akan memicu besarnya kemungkinan terjadi kecurangan atau kepentingan pribadi dalam perusahaan. Nilai yang tertinggi (maksimum) sebesar 10.00 dimiliki oleh PT. INDF. Nilai ini menunjukkan bahwa perusahaan sudah memiliki komisaris di atas standar yang ditetapkan, sehingga

perusahaan akan lebih mudah dalam melakukan pengawasan terhadap manajemen dalam menjalankan kegiatan dan mengelola perusahaan. Nilai rata-rata (*mean*) variabel ukuran dewan komisaris adalah 4.6190, terdapat 17 data yang memiliki nilai ukuran dewan komisaris di bawah rata-rata (4.6190) dan terdapat 23 data yang memiliki nilai ukuran dewan komisaris di atas rata-rata (4.6190). Standar deviasi variabel ukuran dewan komisaris adalah sebesar 2.19703, nilai standar deviasi ini lebih rendah dari pada rata-rata variabelnya, artinya data ukuran dewan komisaris pada penelitian ini tidak bervariasi.

Deskripsi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Y)

Berdasarkan hasil pengujian deskriptif pada tabel 3, dapat dilihat bahwa nilai rata-rata (*mean*) variabel pengungkapan CSR adalah 0.4484. Standar deviasi variabel pengungkapan CSR adalah sebesar 0.16922, nilai standar deviasi ini lebih rendah dari pada rata-rata variabelnya, artinya data Pengungkapan CSR pada penelitian ini tidak bervariasi, dengan demikian pengungkapan CSR dalam penelitian ini dapat mewakili rata-rata pengungkapan CSR perusahaan subsektor makanan dan minuman. Nilai variabel Pengungkapan CSR yang terendah (minimum) sebesar 0.18 dimiliki oleh PT. INDF. Berdasarkan lampiran 5 dapat dilihat bahwa total pengungkapan CSR sebanyak 19 item dari total keseluruhan 78 item, dan hanya mendapatkan poin 5 pada kategori lingkungan. Hal ini menunjukkan rendahnya tingkat kesadaran perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Sehingga perusahaan berpotensi untuk menimbulkan pencemaran lingkungan. Nilai yang tertinggi (maksimum) sebesar 0.78 dimiliki oleh PT. AISA. PT. AISA merupakan perusahaan subsektor makanan dan minuman yang sangat *concern* dengan pengungkapan CSR dan luas pengungkapannya dengan memperhatikan pihak-pihak yang berhubungan langsung maupun tidak langsung dengan kegiatan bisnisnya seperti pegawai, masyarakat yang menjadi konsumen ataupun masyarakat umum lainnya dan lingkungan sekitar.

PENGUJIAN MODEL

Peneliti menggunakan metode regresi data panel (*pooled data*) dimana metode ini memiliki tiga model yaitu model *common effect*, *fixed effect* dan *random effect*. Untuk mengetahui model manakah yang sesuai bagi penelitian ini, selanjutnya akan dilakukan pengujian model yaitu *Likelihood Ratio* untuk menentukan model yang digunakan *common effect* atau *fixed effect*. Serta *Hausman Test* untuk menentukan model *fixed effect* atau *random effect* yang digunakan.

1. Uji Common Effect

Model ini menggabungkan data *cross section* dan *time series* tanpa melihat perbedaan waktu maupun individu atau perusahaan. Tabel berikut menunjukkan hasil uji *common effect*.

Tabel 4
Uji Common Effect

Dependent Variable: CSR?
 Method: Pooled Least Squares
 Date: 01/08/14 Time: 09:34
 Sample: 2010 2012
 Included observations: 3
 Cross-sections included: 11
 Total pool (unbalanced) observations: 30
 Cross sections without valid observations dropped

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-6.68E+12	1.73E+12	-3.864385	0.0007
UKPER?	-0.273915	0.032617	-8.397822	0.0000
ROA?	0.295419	0.030517	9.680328	0.0000
DER?	2.43E+11	6.16E+10	3.936028	0.0006
UDK?	9.36E+11	3.16E+11	2.957339	0.0067
R-squared	0.951092	Mean dependent var		5.09E+11
Adjusted R-squared	0.943267	S.D. dependent var		1.41E+12
S.E. of regression	3.35E+11	Akaike info criterion		56.06464
Sum squared resid	2.81E+24	Schwarz criterion		56.29818
Log likelihood	-835.9697	Hannan-Quinn criter.		56.13935
F-statistic	121.5409	Durbin-Watson stat		2.236894
Prob(F-statistic)	0.000000			

Berdasarkan Tabel 4, dapat dilihat semua variabel independen yang terdiri dari Ukuran Perusahaan (UKPER), Profitabilitas (ROA), *Leverage* (DER) dan Ukuran Dewan Komisaris (UDK) berpengaruh sebesar 95,10% terhadap variabel dependen yaitu Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Namun uji *common effect* ini tidak menjadi hasil akhir dalam regresi data panel karena masih terdapat pengujian lebih lanjut yaitu uji model *fixed effect* dan *random effect*.

2. Uji Chow (*Fixed Effect*)

Model *fixed effect* mengasumsikan bahwa individu atau perusahaan memiliki intersep tetapi memiliki slope yang sama. Untuk menguji model ini dilakukan dengan *Likelihood Ratio* untuk mengetahui model *common effect* (H_0) atau *fixed effect* (H_1) yang sesuai untuk penelitian ini. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0.05$). Kriteria pengambilan keputusan yaitu apabila:

1. Probability (p-value) Cross-section Chi-square ≤ 0.05 = tolak H_0
 2. Probability (p-value) Cross-section Chi-square > 0.05 = terima H_0
- atau
- a. Probability (p-value) Cross-section F ≤ 0.05 = tolak H_0
 - b. Probability (p-value) Cross-section F > 0.05 = terima H_0

Berdasarkan pengujian *fixed effect* diperoleh data hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 5
Uji Fixed Effect (Likelihood Ratio)

Redundant Fixed Effects Tests
Pool: Untitled
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	0.329969	(10,15)	0.9590
Cross-section Chi-square	5.965009	10	0.8182

Sumber: Data sekunder yang diolah tahun 2013

Berdasarkan tabel 4.4, menunjukkan nilai probability (p-value) cross section Chi-square sebesar 0.8182 dan nilai probability (p-value) cross section F sebesar 0.9590. Maka kesimpulan hasil pengujian *fixed effect* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6
Kesimpulan Hasil Pengujian Fixed Effect

Kriteria Pengujian			Keputusan	
Prob. Cross-section Chi-square		Taraf		
0.8182	>	Signifikansi	0.05	Terima H_0
Prob. Cross-section F		Taraf		
0.9590	>	Signifikansi	0.05	Terima H_0

Sumber: Data sekunder yang diolah tahun 2013

Berdasarkan hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, sehingga model yang tepat digunakan untuk menganalisis pengaruh komposisi dewan komisaris Independen (KDKI), kepemilikan institusional (KEPINST), kepemilikan manajerial (KEPMAN), ukuran perusahaan (SIZE) dan profitabilitas perusahaan (BOPO) terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) adalah model *Common Effect*.

Hasil Pengolahan Data Menggunakan *Common Effect*

Pada Tabel 4 dapat diketahui bahwa (1) ukuran perusahaan yang diukur dengan menggunakan Ln total aset berpengaruh signifikan dengan arah negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Hal tersebut dapat dilihat dari tingkat signifikansi sebesar 0.0000 lebih kecil dari

0.05 yang berarti $H_{0,1}$ ditolak dan nilai koefisien regresi sebesar -0.273915. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Andriani (2011) dan Kamil dan Herusetya (2012). (2) ROA berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Hal tersebut dapat dilihat dari tingkat signifikansi sebesar 0.0000 lebih kecil dari 0.05 yang berarti $H_{0,2}$ ditolak dan nilai koefisien regresi sebesar 0.295419. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Nurkhin (2012) dan Sari (2012). (3) *Leverage* yang diukur *Debt to Equity Ratio* (DER) berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Hal tersebut dapat dilihat dari tingkat signifikansi sebesar $2.43E+11$ lebih kecil dari 0.05 yang berarti $H_{0,3}$ ditolak dan nilai koefisien regresi sebesar 0.0006. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Nur dan Priantinah (2012). (4) Ukuran dewan komisaris yang diukur dengan proksi dewan komisaris berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Hal tersebut dapat dilihat dari tingkat signifikansi sebesar 0.0067 lebih kecil dari 0.05 yang berarti $H_{0,4}$ ditolak dan nilai koefisien regresi sebesar $9.63E+11$. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Utami (2009) dan Mutia (2011).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan analisis menggunakan model regresi data panel, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, ukuran dewan komisaris, dan pengungkapan CSR perusahaan subsektor makanan dan minuman tahun 2010-2012 sebagai berikut:
 - a. Nilai rata-rata ukuran perusahaan yg diperoleh sebesar 28.16 dengan standar deviasi 1.48 menunjukkan bahwa data ukuran perusahaan relatif tidak bervariasi antara satu perusahaan dengan yang lain.
 - b. Nilai rata-rata profitabilitas yang diperoleh perusahaan sebesar 0.0836 dengan standar deviasi 0.21119 menunjukkan bahwa data profitabilitas relatif bervariasi antara satu perusahaan dengan yang lain..
 - c. Nilai rata-rata *Leverage* yang diperoleh perusahaan sebesar 0.9676 atau dengan nilai 96.76% dan standar deviasi sebesar 0.81302 menunjukkan bahwa *leverage* relatif tidak bervariasi antara satu perusahaan dengan yang lain.
 - d. Nilai rata-rata ukuran dewan komisaris yang diperoleh perusahaan sebesar 4.6190 dengan standar deviasi 2.1970 menunjukkan bahwa *leverage* relatif tidak bervariasi antara satu perusahaan dengan yang lain.
 - e. Nilai rata-rata pengungkapan tanggung jawab sosial yang diperoleh perusahaan sebesar 0.4484 dengan standar deviasi sebesar 0.1692 menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial relatif tidak bervariasi antara satu perusahaan dengan yang lain.

2. Ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris berpengaruh secara simultan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
3. Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial secara parsial:
 - a. Ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dengan arah koefisien regresi negatif.
 - b. Profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dengan arah koefisien regresi positif.
 - c. *Leverage* berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dengan arah koefisien regresi positif.
 - d. Ukuran dewan komisaris berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dengan arah koefisien regresi positif.

Saran

Aspek Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis mencoba memberikan untuk penelitian sejenis berikutnya yaitu:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan objek dengan menggunakan sampel perusahaan lain yang terdaftar dalam index BEI selain perusahaan yang termasuk dalam indeks sektoral subsektor makanan dan minuman
 - b. Penelitian selanjutnya dapat memperpanjang periode tahun pengamatan dengan periode atau rentang waktu yang berbeda, sehingga dapat melihat pengaruh jangka panjang dari faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial.

Aspek Praktis

Berdasarkan hasil penelitian, penulis mencoba memberikan saran yang dapat berguna bagi praktisi dan pengguna lainnya, yaitu:

1. Bagi Investor

Investor diharapkan lebih memanfaatkan informasi-informasi yang diungkapkan pada laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan secara tepat untuk pengambilan keputusan investasi. Informasi-informasi yang dimaksud seperti informasi keuangan perusahaan dan informasi pengungkapan tanggung jawab sosial, hal ini dapat dijadikan salah satu acuan dalam menilai kondisi suatu perusahaan telah berjalan dengan baik dan memiliki prospek baik secara berkelanjutan.
2. Bagi perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam index Sektoral Bursa Efek Indonesia subsektor makanan dan minuman.

- a. Perusahaan sebaiknya dapat lebih meningkatkan kesadarannya akan pelaksanaan dan pengungkapan program tanggung jawab sosialnya (*Corporate Social Responsibility*) secara penuh demi terjadinya pembangunan yang berkelanjutan. Selain itu perusahaan yang tidak menerapkan atau melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan diharapkan untuk dapat mulai menjalankan kegiatan tersebut sesuai dengan peraturan yang berlaku.
 - b. Berdasarkan hasil *checklist* 78 item CSRI pada perusahaan yang menjadi sampel pada penelitian ini, kategori lain-lain tenaga kerja merupakan item yang sedikit diungkapkan. Hal ini dikarenakan bagi beberapa perusahaan, terdapat poin *checklist* yang bersifat rahasia sehingga perusahaan tidak melaporkannya. Sebaiknya perusahaan lebih meningkatkan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan dari kategori lain-lain tenaga kerja.
3. Bagi regulator pasar modal
- Sebaiknya Bapepam tidak hanya memperhatikan kriteria-kriteria yang terdapat pada Indeks Sektor subsektor makanan dan minuman, tetapi juga menekankan pada aspek-aspek tanggung jawab sosial perusahaan dengan membuat peraturan yang bersifat mandatory.