

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

PT Bursa Efek Indonesia (BEI) bekerja sama dengan Yayasan Keanekaragaman Hayati Indonesia (Yayasan KEHATI), meluncurkan indeks SRI KEHATI yang mengacu pada tata cara *Sustainable* dan *Responsible Investment* (SRI). Perusahaan yang masuk dalam indeks ini adalah perusahaan yang memiliki kinerja sangat baik dalam mendorong usaha-usaha berkelanjutan, serta memiliki kesadaran terhadap tata kelola perusahaan yang baik terutama kesadaran terhadap sosial dan lingkungan hidup.

Salah satu dari beberapa tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan (*stakeholders*) diantaranya adalah bentuk tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan (*corporate social responsibility*). Praktik dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan konsekuensi logis dari implementasi konsep *Corporate Governance*, yang menyatakan bahwa perusahaan perlu menjalin secara aktif kerja sama dengan *stakeholders*-nya serta memperhatikan kepentingan *stakeholders* sesuai dengan aturan yang ada demi kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan.¹ Janra menyatakan, "*Corporate Social Responsibility* merupakan suatu komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan yang dapat bekerja sama

¹ Said, Roshima., Yuserrie Hj Zainuddin., dan Hasnah Haron. 2009. "The Relationship between Corporate Social Responsibility and Corporate Governance Characteristics in Malaysian Public Listed Companies". *Social Responsibility Journal*. Vol 5. No. 2, hal 212-226.

dengan karyawan dan perwakilan mereka, masyarakat sekitar dan masyarakat yang lebih luas untuk meningkatkan kualitas hidup, dengan cara yang baik bagi bisnis maupun pengembangan.² Kegiatan atau praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan secara tidak langsung telah menjadi tolak ukur rasa percaya masyarakat pada perusahaan. Pelaksanaan CSR yang baik dari perusahaan akan berdampak pada citra baik perusahaan di mata investor khususnya dan masyarakat pada umumnya. Jika perusahaan dapat melakukan kegiatan CSR dengan baik secara terus-menerus maka perusahaan akan mencapai perkembangan dan mendapatkan rasa kepedulian masyarakat terhadap keberlangsungan perusahaan kedepannya. Selain itu menurut Octaviana, tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu bentuk pertanggung jawaban yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan-kerusakan lingkungan yang terjadi sebagai akibat dari aktifitas operasional yang dilakukan perusahaan.³

Menurut Utama, praktik dan pengungkapan CSR di Indonesia mulai berkembang seiring dengan semakin meningkatnya perhatian dari masyarakat secara global dalam memandang perkembangan perusahaan-perusahaan yang beroperasi di Indonesia, baik itu perusahaan transnasional maupun multinasional.⁴

² Janra, D.M. 2015. Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Leverage, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2010-2013). *Artikel*. Universitas Negeri Padang.

³ Octaviana, Natasya Elma dan Abdul Rohman. 2014. Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Corporate Social Responsibility : Untuk Menguji Teori Legitimasi. *Journal of Accounting* Vol. 3 No. 2 hlm. 1-12

⁴ Utama, Sidharta. 2007. "Evaluasi Infrastruktur Pendukung Pelaporan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan di Indonesia". *Pidato Ilmiah Pengukuhan Guru Besar FEUI*. Jakarta.

Dukungan dari pemerintah melatarbelakangi perkembangan praktik dan pengungkapan CSR di Indonesia melalui aturan atau regulasi seperti pada pasal 66, pasal 74 dan Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007. Dalam Pasal 66 ayat (2) bagian c menyebutkan bahwa perusahaan harus melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan selain menyampaikan laporan keuangan. Sedangkan dalam Pasal 74 dijelaskan perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam wajib untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Walaupun pengungkapan CSR di Indonesia sudah diwajibkan namun pemerintah belum mengatur pedoman pelaksanaannya.⁵

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) seharusnya menjadi sebuah strategi yang digunakan oleh perusahaan demi mengakomodasi kepentingan dari para *stakeholder*. Pentingnya mengutamakan *sustainability* perusahaan jangka panjang dibandingkan *profitability* kini telah menjadi kesadaran perusahaan dalam melaksanakan praktik serta pengungkapan CSR-nya. Dapat disimpulkan bahwa CSR secara tidak langsung akan menjamin keberlanjutan sebuah bisnis perusahaan dikarenakan manfaat dari CSR itu sendiri dalam menjaga citra baik perusahaan dimata masyarakat dan investor khususnya. CSR merupakan wujud nyata dari kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan secara berkala dan terus-menerus.⁶ Oleh karena itu, CSR pun memiliki keterkaitan dengan pembangunan perusahaan secara berkelanjutan.

⁵ Plorensia, A.P, Plorensia dan Pancawati Hardiningsih. 2015. "Pengaruh Agresivitas Pajak dan Media Eksplosure Terhadap Corporate Social Responsibility". *Jurnal Dinamika Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*, Vol. 4 No. 2: Hal 136-151, ISSN:1979-4878.

⁶ Lily, Ariyuning. 2010. Pengaruh Profabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan di Perbankan. *Jurnal Manajemen*. 2 (8), pp :6– 7.

Menurut Indraswari dan Bagus, CSR kini tidak hanya berpijak pada *single bottom line* saja tetapi menjadi *triple bottom line* antara lain lingkungan (*planet*), sosial (*people*), dan keuangan (*profit*).⁷ Kini perusahaan tidak hanya bertanggung jawab pada keuntungan semata saja melainkan perlu juga memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Menurut Dewi dan Maswar, kedermawanan sosial perusahaan pada umumnya dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu (1) menyangkut ukuran dan kematangan perusahaan dimana perusahaan besar dan mapan cenderung lebih potensial memberikan sumbangan dari pada perusahaan kecil dan belum mapan, (2) regulasi dan sistem perpajakan yang diatur pemerintah, semakin buruk penataan pajak dalam negeri akan membuat semakin kecil ketertarikan perusahaan untuk memberikan donasi dan sumbangan sosial kepada masyarakat, dan (3) bentuk kepemilikan dan pengelolaan perusahaan dimana kepemilikan dan pengelolaan perusahaan yang terpisah cenderung memiliki prakarsa untuk mendirikan yayasan sosial.⁸ Dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan CSR, peranan lingkungan sosial sangat penting dalam menentukan keberlangsungan perusahaan karena kadang kala masyarakat perlu mendapatkan informasi terkait sejauh mana kontribusi yang diberikan perusahaan untuk lingkungan sosialnya melalui pengungkapan CSR tersebut sehingga perusahaan tidak lagi memandang kegiatan CSR hanya sebagai *cost*, tetapi dipandang sebagai salah satu bentuk investasi perusahaan.

⁷ Indraswari , Gusti Ayu Dyah,. dan Ida Bagus Putra Astika. 2014. “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Saham Publik Pada Pengungkapan CSR”. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 9.3, ISSN: 2302-8556

⁸ Dewi , Safitri Dewi dan Maswar Patuh Priyadi. 2013. “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI”. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol. 2 No. 3.

Selain itu, kondisi di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan praktik dan pengungkapan CSR. Salah satunya adalah para manajer dan direktur CSR di Indonesia masih menghadapi tantangan dalam membuktikan bahwa CSR bukanlah sekedar biaya, melainkan sebagai investasi yang menguntungkan pemangku kepentingan dan perusahaan. Ketika CSR dianggap sebagai biaya, sangat sulit untuk mendapatkan sokongan yang layak dari lapisan teratas dalam manajemen. Anggapan bahwa CSR adalah sekedar biaya masih sangat tampak terutama ketika perusahaan sedang mengalami kinerja finansial yang memburuk sehingga pada saat krisis terjadi maka dana CSR menjadi hal pertama yang dikorbankan.⁹

Rindawati dan Nur, berpendapat bahwa setidaknya terdapat tiga prinsip dasar dari tanggung jawab sosial (*social responsibility*), yaitu (1) *sustainability* yang berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitasnya (*action*) tentang memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa depan, (2) *accountability* yang merupakan upaya perusahaan untuk terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan, dan (3) *transparency* yang merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal dalam berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak dari lingkungan.¹⁰

⁹ www.csrintonesia.com

¹⁰ Rindawati, Wahyu Rindawati dan Nur Fadjrih Asyik. 2015. "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Kepemilikan Publik Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)". *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol. 4 No. 6.

CSR dalam penerapan serta pengungkapannya di perusahaan dapat menimbulkan rasa saling percaya serta meningkatkan motivasi kepada para karyawan. Para *stakeholders* maupun investor pun terlihat lebih mendukung perusahaan yang mengutamakan tanggung jawab sosialnya karena hal tersebut dapat meningkatkan peluang pasar serta daya saing terhadap kompetitor. Namun dalam perkembangannya praktik dari CSR itu sendiri masih disikapi secara skeptis oleh para kalangan dunia bisnis karena masih memandang dampak dari dilakukannya CSR tersebut sebagai komponen biaya yang mengurangi keuntungan sebuah perusahaan. Padahal jika CSR dipandang sebagai bentuk investasi perusahaan jangka panjang tentunya akan berdampak positif bagi kelanjutan sebuah bisnis perusahaan.

Di mancanegara perkembangan praktik dan pengungkapan CSR sudah sangat populer. Bahkan ada beberapa negara yang menjadikan CSR sebagai salah satu tolak ukur penilaian sebuah perusahaan dengan cara seperti mencantumkan informasi kegiatan CSR perusahaan pada laporan keuangannya. Dengan begitu maka akan memudahkan bagi masyarakat maupun juga para investor untuk mengetahui sudah sejauh mana kontribusi perusahaan dalam menjalankan kegiatan CSR-nya yang kemudian dapat menimbulkan rasa kepedulian serta perhatian yang tinggi dari masyarakat dan juga investor untuk mendukung keberlangsungan bisnis perusahaan dalam jangka panjang.

Berbicara tentang pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan maka perlu dikaitkan pula pada *corporate governance*, *firm size*, *profitability* maupun pajak dari sebuah perusahaan. Dalam pengelolaannya,

kegiatan CSR tentunya memerlukan sebuah kebijakan yang strategis serta pengawasan yang baik agar prosesnya dapat berjalan secara efektif sehingga manfaat yang didapatkan bagi perusahaan pun cukup besar. Selain itu dana yang diperlukan pun juga terbilang besar karena dalam penggunaannya sering kali perusahaan bertujuan agar CSR tersebut tidak hanya sebagai *cost* saja melainkan sebuah investasi jangka panjang yang dilakukan secara berkala berdasarkan pada karakteristik perusahaan. Hal ini sejalan dengan pendapat Dewi dan Maswar, yang menyatakan bahwa kedermawanan sosial perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor antara lain menyangkut ukuran dan kematangan perusahaan, dimana perusahaan besar akan cenderung memberikan sumbangan dari pada perusahaan kecil.¹¹ Faktor lainnya juga menyatakan terkait regulasi dan sistem perpajakan yang diatur pemerintah, dimana semakin buruk penataan pajak dalam negeri maka semakin kecil ketertarikan perusahaan untuk memberikan sumbangan sosial kepada masyarakat.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan indikator *corporate governance* yaitu ukuran dewan komisaris dan komite audit. Selain itu, penulis juga menggunakan variabel *firm size* atau ukuran perusahaan, *profitability* dengan menggunakan *Return On Asset (ROA)*, serta *tax aggressiveness* atau agresivitas pajak dengan menggunakan *Effective Tax Rates (ETR)*.

Ukuran atau jumlah dewan komisaris dapat dijadikan sebagai salah satu faktor perusahaan dalam melakukan pengungkapan kegiatan CSR-nya. Ukuran dewan

¹¹ Dewi, Safitri Dewi dan Maswar Patuh Priyadi. *Loc.cit*

komisaris merupakan jumlah anggota dewan komisaris yang tidak terafiliasi dengan manajemen, anggota dewan komisaris lainnya, dan pemegang saham pengendali, serta bebas dari hubungan bisnis atau lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau bertindak semata-mata demi kepentingan perusahaan. Tugasnya adalah bertanggung jawab secara kolektif untuk melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada direksi serta memastikan bahwa perusahaan melaksanakan *Good Corporate Governance* (GCG). Penelitian yang dilakukan Septiawan dan Titik, menemukan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.¹² Hal itu didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Rochayatun, yang menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.¹³ Namun penelitian tersebut bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Badjuri, yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR.¹⁴

Komite audit merupakan komite yang bertugas membantu dewan komisaris dalam melakukan mekanisme pengawasan terhadap pihak manajemen. Menurut Anugrah, jumlah komite audit sangat penting bagi pengawasan dan pengendalian perusahaan sehingga dengan adanya komite audit tersebut maka akan menambah

¹² Septiawan, Susilo M dan Titik Mildawati. 2015. "Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility". *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol. 4 No. 5.

¹³ Rochayatun, Sulis. 2016. "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR D)". *Jurnal Ilmu Ekonomi WIGA*, Vol. 6 No. 1, hal: 63-79

¹⁴ Badjuri, A. 2011. Faktor-faktor Fundamental Mekanisme Corporate Governance, Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan Manufaktur dan Sumber Daya Alam di Indonesia. *Dinamika Keuangan dan Perbankan*, Mei 2011, Hal: 38 - 54, Vol. 3, No. 1. ISSN :1979-4878

efektivitas pengawasan termasuk praktik dan pengungkapan CSR.¹⁵ Selain itu, komite audit bertugas membantu dewan komisaris dalam hal memastikan perusahaan telah membuat laporan keuangan secara wajar dan memastikan perusahaan menjalankan fungsi pengendalian internal serta manajemen risiko. Penelitian yang dilakukan Rochayatun, menemukan bahwa komite audit mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR.¹⁶ Namun penelitian tersebut bertolak belakang dengan penelitian Liza, dkk yang menemukan bahwa komite audit berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.¹⁷

Ukuran perusahaan (*firm size*) bisa dijadikan sebagai indikator dalam melihat kondisi maupun karakteristik dari suatu perusahaan, tentunya dengan mengetahui jumlah aset yang dimiliki perusahaan tersebut. Dengan mengetahui *total* aktiva, *volume* penjualan serta rata-rata dari *total* aktiva dan *total* penjualan maka bisa disimpulkan apakah ukuran dari perusahaan tersebut tergolong besar atau kecil. Dewi dan Maswar menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap CSR.¹⁸ Hal tersebut seakan didukung oleh pendapat Felicia dan Ketut bahwa perusahaan besar secara sukarela akan mengungkapkan informasi CSR lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan.¹⁹ Namun pada penelitian

¹⁵ Anugrah, Ageng Widhy. 2011. *Analisis Pengaruh Environmental Performance, Struktur Corporate Governance, dan Earning Management terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. Semarang: Universitas Diponegoro.

¹⁶ Rochayatun, Sulis. *Loc.cit*.

¹⁷ Liza, Aulia Rizki, Hasan Basri, dan Said Musnadi. 2014. "Pengaruh Faktor Fundamental dan Mekanisme Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia". *Jurnal Magister Akuntansi Pascasarjana Universitas Syiah Kuala*, Vol. 3 No. 3, pp: 35-45, ISSN: 2302-0164.

¹⁸ Dewi, Safitri dan Maswar Patuh Priyadi. *Loc.cit*

¹⁹ Felicia, Mungky dan Ni Ketut R. 2015. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI". *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol 12 No. 2, ISSN: 2302-8556.

Rindawati dan Nur, menyebutkan bahwa *company size* atau ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.²⁰

Profitabilitas (*profitability*) merupakan salah satu indikator dari penilaian atas suatu kinerja dari sebuah perusahaan. Profitabilitas adalah suatu kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atau keuntungan. Dalam penelitian ini, rasio profitabilitas diukur dengan menggunakan *Return On Asset (ROA)*. Menurut penelitian Rindawati dan Nur, bahwa profitabilitas yang diukur dengan ROA memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.²¹ Hal ini bertolak belakang dengan penelitian Dewi dan Maswar, bahwa profitabilitas terbukti tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.²²

Agresivitas pajak (*tax aggressiveness*) merupakan suatu hal yang lazim didengar dan dilakukan oleh perusahaan-perusahaan besar di seluruh dunia. Agresivitas pajak dilakukan dengan tujuan untuk meminimalkan pajak suatu perusahaan yang kini menjadi perhatian masyarakat karena tidak sesuai dengan harapan dan juga merugikan pemerintah. Fenomena yang terjadi di Indonesia adalah adanya kasus penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR yang besar, salah satunya PT. Bank Central Asia Tbk (BCA) yang terjerat kasus pajak karena melakukan penggelapan pajak dan hingga tahun 2014 belum mendapat putusan final.²³ Balakrishnan, *et al.* menjelaskan bahwa perusahaan terlibat dalam berbagai bentuk perencanaan pajak untuk mengurangi

²⁰ Rindawati, Wahyu Rindawati dan Nur Fadjrih Asyik. *Loc.cit.*

²¹ *Ibid.*

²² Dewi, Safitri dan Maswar Patuh Priyadi. *Op.cit.*

²³ Dahlia, D. dan Siregar. 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). Universitas Diponegoro:Semarang.

kewajiban pajak yang diperkirakan.²⁴ Tindakan pajak agresif juga dinilai dari seberapa besar perusahaan mengambil langkah penghindaran pajak dengan memanfaatkan celah-celah yang ada dalam peraturan perpajakan. Proksi *Effective Tax Rates* (ETR) dinilai sebagai indikator bahwa adanya agresivitas pajak apabila memiliki ETR yang mendekati nol. Plorensia dan Pancawati, menemukan bahwa agresivitas pajak yang diukur dengan ETR memiliki pengaruh positif signifikan terhadap CSR.²⁵ Namun berbeda dengan penelitian Octaviana dan Abdul, yang menyatakan bahwa ETR memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap CSR.²⁶

Berdasarkan uraian permasalahan dan bukti-bukti dari penelitian terdahulu serta masih minimnya praktik dan pengungkapan CSR pada perusahaan-perusahaan di Indonesia, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris, Komite Audit, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Perusahaan yang Terdaftar di Indeks SRI KEHATI Periode 2012-2016”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)?
2. Apakah komite audit berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)?

²⁴Balakrishnan, Karthik., Jennifer Blouin, and Wayne Guay. (2011). Does Tax Aggressiveness Reduce Financial Reporting Transparency? Diakses dari www.google.co.id pada tanggal 20 Agustus 2017.

²⁵ Plorensia, A.P, Plorensia dan Pancawati Hardiningsih. *Op.cit.*

²⁶ Octaviana, Natasya Elma dan Abdul Rohman. *Op.cit*

4. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)?
5. Apakah agresivitas pajak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis apakah dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
2. Untuk menganalisis apakah komite audit berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
3. Untuk menganalisis apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
4. Untuk menganalisis apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
5. Untuk menganalisis apakah agresivitas pajak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademisi dan Peneliti
Penelitian ini diharapkan dapat digunakan akademisi untuk melihat konsistensi hasil penelitian sehingga bermanfaat sebagai bahan pembandingan hasil-hasil penelitian sejenis.
2. Bagi Perusahaan
Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan masukan bagi perusahaan sehingga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan kebijakan perusahaan di masa mendatang.

3. Bagi Institusi

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam memberikan pengetahuan yang lebih luas mengenai teori-teori keuangan khususnya hal terkait pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).