

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Salah satu sektor yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia adalah sektor perdagangan, jasa dan investasi. Di dalam sektor perdagangan, terdapat salah satu sub sektor perusahaan perdagangan yaitu perdagangan eceran atau lebih dikenal ritel. Hingga 12 Agustus 2016 sektor perdagangan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia berjumlah 23 perusahaan. Jumlah tersebut terbilang cukup banyak mengingat banyaknya perusahaan-perusahaan ritel yang menjamur disetiap pelosok tanah air yang menjangkau hampir seluruh daerah di Indonesia.

Industri ritel di Indonesia berkembang cepat sehingga memberikan kontribusi yang mempengaruhi perekonomian Indonesia. Pada saat ini Indonesia dihadapkan dengan ekonomi global dengan hal itu potensi pasar ritel cukup menjanjikan. Industri ritel memiliki kontribusi yang besar terhadap pertumbuhan *gross domestic bruto* Indonesia.

Tabel 1.1
Produk Domestik Bruto Perdagangan Ritel
Atas Dasar Harga Konstan
(Dalam Milyar Rupiah)

2013	2014	2015	2016
900.981,0	1.126.400,3	1.223.681,6	1.301.859,6

Sumber: bps.go.id, 2018

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa perusahaan ritel di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya yang menandakan bahwa perusahaan ritel adalah potensi pasar yang menjanjikan. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2016, ritel memiliki kontribusi 15,24% terhadap PDB dan menyerap tenaga kerja 22,4 juta atau 31,81% dari tenaga kerja non pertanian (ekbis.sindonews.com). Hal tersebut menunjukkan bahwa menjamurnya perusahaan ritel di Indonesia tidak hanya berdampak pada perekonomian saja namun juga berdampak pada ketenagakerjaan Indonesia. Dari penjabaran tersebut, dapat disimpulkan bahwa sektor

perdagangan ritel memiliki pengaruh yang cukup penting terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia, khususnya pada pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) dan *Gross Domestic Product* (GDP) di Indonesia. Oleh karena itu objek penelitian yang penulis gunakan adalah sektor perdagangan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016.

1.2 Latar Belakang

Pada dasarnya perusahaan didirikan bertujuan untuk memperoleh profit yang maksimum dan meminimumkan pengorbanan yang dilandasi oleh kepentingan pribadi. Akibatnya banyak masalah yang terjadi seperti masalah keuangan maupun masalah yang terjadi di lingkungan perusahaan yang merugikan bisnis dan juga masyarakat.

Corporate social responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu kesadaran baru dari dunia usaha bahwa perusahaan tidak hidup dalam lingkungan yang terisolir yang bebas dari pengaruh perubahan sosial budaya dan nilai-nilai yang dianut masyarakat disekitarnya. CSR telah menjadi isu yang dipersoalkan oleh kalangan masyarakat umum, dunia bisnis dan pemerintah (Laksmitaningrum dan Purwanto, 2013). Selain itu CSR menjadikan perusahaan tidak lagi bertanggungjawab pada *single bottom line* saja, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang digambarkan dengan kondisi keuangan. Tetapi tanggungjawab perusahaan harus memerhatikan pada *triple bottom lines* yaitu masalah sosial dan lingkungan. Bukan lagi sebagai sebuah entitas yang hanya mementingkan dirinya sendiri saja melainkan sebuah entitas yang wajib melakukan adaptasi kultural dengan lingkungan sosialnya berdasarkan prinsip kemitraan dan kerjasama (Maiyarni, Susfayetti, dan Ernawati, 2014).

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 pasal 6 tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas, pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan harus dimuat dalam laporan tahunan perseroan dan dipertanggungjawabkan kepada Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Perseroan yang telah menjalankan tanggungjawabnya dapat memberikan penghargaan pada perusahaan tersebut.

Walaupun pelaksanaan tata kelola perusahaan di Indonesia, telah diatur dalam Undang-undang No 40 Pasal 74 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Namun dalam kenyataanya di Indonesia masih ditemukannya kendala dalam mengimplementasikan program CSR. Dalam prakteknya, masih terdapat fenomena yang menggambarkan bahwa penerapan CSR di Indonesia belum dilaksanakan secara baik oleh perusahaan – perusahaan di Indonesia. Meskipun CSR telah tercantum di undang-undang namun hal itu 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.

Berdasarkan riset *Centre for Governance, Institutions, and Organizations* (CGIO) *National University of Singapore* (NUS) *Business School* pada tahun 2016 memaparkan rendahnya pemahaman perusahaan terhadap praktik CSR, menyebabkan rendahnya kualitas pengoperasian agenda tersebut. Riset itu melakukan studi terhadap 100 perusahaan di empat negara yakni Indonesia, Malaysia, Singapura dan Thailand. Riset menyatakan perusahaan di Indonesia memiliki kualitas tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan asal Thailand. Direktur CGIO *National University of Singapore Business School* Lawrence Loh mengatakan empat negara sampel tersebut memiliki tingkat pelaporan CSR yang tinggi, namun tak otomatis membuat kualitas praktiknya pun tinggi. Jika dilihat dari kualitasnya, praktik CSR jauh lebih baik diimplementasikan perusahaan-perusahaan Singapura dan Thailand dibandingkan dengan Indonesia dan Malaysia. Riset itu memaparkan Thailand menjadi negara dengan kualitas implementasi CSR paling tinggi dengan nilai 56,8 dari total 100, sementara Singapura mendapatkan 48,8. Indonesia dan Malaysia sendiri masing-masing mendapatkan nilai 48,4 dan 47,7. Kriteria penilaian kualitas tersebut diambil berdasarkan sejumlah indikator dari kerangka *Global Reporting Initiative* (GRI). Sejumlah faktor di antaranya adalah tata kelola perusahaan, ekonomi, lingkungan, dan sosial. (cnnindonesia.com)

Kasus lain yaitu terjadi pada perusahaan *retail* Indonesia yang tersebar di seluruh pelosok Tanah Air ini yaitu Alfamart. Komisi Informasi Pusat (KIP) memutuskan agar jaringan toko Alfamart, PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk (SAT) (2016), memberikan informasi terbuka mengenai donasi yang diterima dari masyarakat. Salah satu pertimbangan hukum putusan KIP adalah Alfamart mengabungkan penggunaan dana donasi dengan laporan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) dalam laporan tahunan perusahaan (*annual report*) 2015. Hasil sumbangan harusnya dilaporkan secara terpisah dari laporan CSR Termohon (SAT) sesuai dengan UU No 40/2007 dan PP No 47/2012. Pada laporan tahunan SAT tentang CSR di halaman 126 hingga 129, perusahaan memasukan penggunaan donasi konsumen sebagai bentuk CSR. SAT menguraikan kegiatan donasi konsumen dengan pihak-pihak yang menerima. Pasal 74 Undang Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas menjelaskan, tanggung jawab sosial dan lingkungan (TJSL) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Aturan itu diperjelas di Pasal 4 Peraturan Pemerintah No 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas (TJSL). Pasal tersebut mengatakan, TJSL dilaksanakan oleh direksi berdasarkan rencana kerja tahunan perseroan setelah mendapat persetujuan dewan komisaris atau rapat umum pemegang saham sesuai dengan anggaran dasar perseroan. Rencana kerja tahunan perseroan tersebut memuat rencana kegiatan dan anggaran yang dibutuhkan untuk pelaksanaan TJSL. (cnnindonesia.com)

Pada tahun 2014, Simon Mainwaring (*Founder and Chief Creative Officer of WeFirst*) dalam *The Corporate Social Responsibility Newswire* yang ditulis kembali oleh Redaksi Media CSR dalam *mediacsr.net* mengungkapkan bahwa di era yang menekankan transparansi pengelolaan bisnis perusahaan, reputasi suatu korporasi kini tidak hanya ditentukan dari tingkat penjualan melainkan juga keberhasilan kordinasi antara rantai suplai, proses manufaktur, sistem pengelolaan karyawan, dan pelayanan terhadap pelanggan. Dengan kata lain, perusahaan perlu mengadakan pemeriksaan secara menyeluruh terhadap proses pengelolaan perusahaan, mulai dari bahan produksi, proses produksi, sistem distribusi, sampai

manajemen pengolahan sampah hasil produksi untuk mendapatkan kesuksesan dari *sustainability* yang dihasilkan (Utami, 2016).

Berdasarkan fenomena-fenomena tersebut, salah satu faktor perusahaan mengungkapkan informasi secara benar adalah ukuran perusahaan tersebut. Perusahaan yang lebih besar dinilai memiliki kegiatan operasi yang lebih banyak dan akan memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat, serta memiliki pemegang saham yang lebih banyak, sehingga program sosial yang dibuat oleh perusahaan akan banyak diperhatikan oleh kalangan masyarakat serta para pemegang saham. Semakin besarnya ukuran perusahaan, maka pihak investor akan semakin tertarik untuk memberi perhatian kepada perusahaan tersebut. Karena perusahaan besar dinilai memiliki kondisi yang lebih stabil dan memiliki tingkat keuntungan perusahaan yang lebih tinggi sehingga dapat menarik pihak investor untuk memiliki saham perusahaan tersebut (Pradana, 2016). Pada tahun 2014, PT Matahari Department Store Tbk menjadi perusahaan *Retail* yang terbesar di Indonesia hal itu sejalan dengan penghargaan yang diraih di bidang CSR pada tahun yang sama sebagai Top CSR untuk Program Promosi Kesehatan. Penghargaan ini diberikan kepada perusahaan yang sering kali bekerja sama dengan Dompot Dhuafa dalam membantu masyarakat Indonesia yang masih sangat membutuhkan (matahari.co.id).

Hubungan antara ukuran perusahaan dan CSR dapat dikaitkan dengan teori keagenan yang menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar pula dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil. Biaya keagenan yang besar dapat dikurangi dengan mengungkapkan informasi yang lebih luas. Selain itu, berkaitan dengan teori *stakeholder*, perusahaan yang besar cenderung memiliki kepemilikan saham yang lebih banyak sehingga jumlah pemilik saham yang lebih banyak memerlukan informasi keuangan yang lebih besar. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Krisna dan Suhardianto (2016), Barnas (2016), Sari (2016), Robiah dan Erawati (2017) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Tetapi berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Oktariani dan Mimba (2014), Reka, dkk (2014), Pradana (2016), Nursiam dan Gemitasari (2013), Prandyani

(2015) yang menunjukkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Selain itu ukuran dewan komisaris menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility*. Ukuran dewan komisaris dapat diukur dengan jumlah anggota dewan komisaris. Semakin banyak jumlah dewan komisaris perusahaan akan mudah untuk mengawasi dan memonitor manajemen. Hubungan dewan komisaris berkaitan dengan teori keagenan yaitu dengan melaporkan laporan keuangan yang lebih lengkap maka setidaknya manajemen dapat mengurangi masalah keagenan yang rawan muncul dalam hubungan manajer-pemegang saham. Manajemen yang baik tidak lepas dari peran dewan komisaris di dalamnya. Adanya dewan komisaris perusahaan bertujuan untuk mengawasi manajemen dalam menjalankan perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dewan komisaris dapat memengaruhi luas pengungkapan CSR. Sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Permata (2014), Laksmitaningrum dan Purwanto (2013), Fima (2014), Pradnyani dan Sisdyani (2015) menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara ukuran dewan komisaris terhadap CSR. Namun terjadi inkonsistensi dengan penelitian yang dilakukan oleh Susilastri, dkk (2011), Febrina dan Suaryana (2011) yang menunjukkan pengaruh negatif.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR adalah umur perusahaan dapat menjadi salah satu faktor untuk pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini disebabkan umur suatu perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan mampu bersaing dan tetap eksis dibandingkan kompetitor-kompetitornya yang bergerak dibidang bisnis yang sama. Perusahaan yang telah lama berdiri dianggap lebih memiliki pengalaman dan dapat mengatasi hambatan-hambatan yang ditemui perusahaan. Hal ini sejalan dengan perusahaan *retail* yang ada di Indonesia yang merupakan perusahaan *retail* pertama didirikan di Indonesia yaitu PT Matahari Department Store, Tbk. Perusahaan tersebut didirikan sejak tahun 1958 dan sampai dengan saat ini perusahaan tersebut tetap eksis. Pada tahun 2014, perusahaan mendapatkan penghargaan yang diraih di bidang CSR sebagai Top CSR untuk Program Promosi Kesehatan. Penghargaan ini diberikan kepada perusahaan yang sering kali bekerja sama dengan Dompet Dhuafa dalam membantu masyarakat Indonesia yang masih sangat membutuhkan (matahari.co.id). Hal ini membuktikan

bahwa perusahaan terus melakukan pengembangan yang berguna untuk meningkatkan kualitas hidup yang ada di lingkungan perusahaan. Oleh sebab itu, umur perusahaan merupakan salah satu faktor perusahaan dalam mengungkapkan CSR. Pengaruh umur perusahaan terhadap pengungkapan CSR sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pradana (2016), Munawwarah (2012). Penelitian tersebut membuktikan adanya pengaruh umur perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nursiam dan Gemitasari (2013), Pebriana dan Sukarta (2012), Fahmi (2015) yang menemukan tidak berpengaruhnya umur perusahaan terhadap pengungkapan CSR.

Panduan pelaporan yang banyak digunakan perusahaan sebagai standar pelaporan *Corporate Social Responsibility* saat ini adalah GRI (*Global Reporting Initiative*). GRI diwujudkan dalam bentuk kerangka pelaporan yang harus dilakukan perusahaan. Pada tahun 2016, GRI memperkenalkan GRI *standards* yang kemudian diluncurkan di Indonesia pada tahun 2017. Pada Oktober 2017, dikeluarkan peraturan yang mengharuskan pelaporan menggunakan GRI *Standards*. Namun aturan tersebut akan wajib dilaksanakan pada Juli 2018. GRI *Standards* mengusung perubahan signifikan dalam hal struktur dokumen dan penggunaan bahasa (majalahcsr.co.id).

Berdasarkan latar belakang dan penelitian dari peneliti-peneliti terdahulu yang menemukan adanya inkonsistensi maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan membahas permasalahan tersebut dengan judul **“PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, UKURAN DEWAN KOMISARIS, dan UMUR PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (Studi pada Perusahaan Sektor Perdagangan, Jasa, dan Investasi Sub Sektor Perdagangan Retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016)”**

1.3 Perumusan Masalah

Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo) mengakui, penjualan ritel pada kuartal pertama tahun 2017 mengalami penurunan atau *underperformance*. Hal ini dibuktikan dengan pertumbuhan industri ritel dari bulan ke bulan yang belum tumbuh memuaskan, bahkan minus. Hal ini dapat mengakibatkan penurunan

terhadap pengungkapan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh sebuah perusahaan. Hal ini dibuktikan oleh riset Centre for Governance, Institutions, and Organizations (CGIO) National University of Singapore (NUS) Business School (2016) memaparkan rendahnya pemahaman perusahaan terhadap praktik CSR, menyebabkan rendahnya kualitas pengoperasian agenda tersebut. Riset itu melakukan studi terhadap 100 perusahaan di empat negara salah satunya Indonesia. Indonesia menduduki rangking ketiga setelah Singapura.

CSR sebagai kontribusi bisnis terhadap pembangunan berkelanjutan yang dilakukan perusahaan. Perusahaan tidak hanya mementingkan kembali kepada pemegang saham, upah karyawan, produk dan layanan bagi konsumen, namun perusahaan yang mengalami masalah yang terjadi di lingkungan sosial perusahaan tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR masih belum dipahami secara baik dan masih terus dikaji. Beberapa faktor yang diambil untuk penelitian ini adalah ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan umur perusahaan.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang dijabarkan, maka pertanyaan penelitian penulis adalah :

1. Bagaimana Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Umur Perusahaan dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan Sub Sektor Perdagangan *Retail* tahun yang terdaftar di BEI periode 2013-2016
2. Apakah Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Umur perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Perusahaan Sub Sektor Perdagangan *Retail* tahun yang terdaftar di BEI periode 2013-2016
3. Apakah Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Umur Perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, sebagai berikut:

- a. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Perusahaan Sub Sektor Perdagangan *Retail* tahun yang terdaftar di BEI periode 2013-2016
- b. Apakah Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh terhadap *Pengungkapan Corporate Social Responsibility* Perusahaan Sub Sektor Perdagangan *Retail* tahun yang terdaftar di BEI periode 2013-2016
- c. Apakah Umur Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Perusahaan Sub Sektor Perdagangan *Retail* tahun yang terdaftar di BEI periode 2013-2016

1.5. Tujuan Penelitian

Sesuai latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Umur Perusahaan dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Sub Sektor Perdagangan *Retail* tahun yang terdaftar di BEI periode 2013-2016
2. Untuk mengetahui apakah Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Umur Perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Sub Sektor Perdagangan *Retail* tahun yang terdaftar di BEI periode 2013-2016
3. Untuk mengetahui apakah Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Umur Perusahaan secara parsial terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, sebagai berikut:
 - a. Untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Sub Sektor Perdagangan *Retail* tahun yang terdaftar di BEI periode 2013-2016
 - b. Untuk mengetahui apakah ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Sub Sektor Perdagangan *Retail* tahun yang terdaftar di BEI periode 2013-2016

- c. Untuk mengetahui apakah Umur Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Sub Sektor Perdagangan *Retail* tahun yang terdaftar di BEI periode 2013-2016.

1.6 Manfaat Penelitian

Peneliti mengharapkan agar kiranya hasil penelitian yang sudah dilakukan dapat dirasakan manfaatnya bagi pihak lain seperti akademisi, bagi peneliti selanjutnya yang memiliki kesamaan penelitian, bagi investor, dan manajer perusahaan *retail*. Selain itu, juga memberikan kontribusi sebagai bahan referensi untuk penelitian sejenis terutama tentang pengungkapan *corporate social responsibility*.

1.6.1 Aspek Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penelitian selanjutnya, diharapkan melakukan pengembangan teori dan pengetahuan di bidang akuntansi, terutama yang berkaitan dengan pengungkapan *corporate social responsibility*.

1.6.2 Aspek Praktis

1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak perusahaan mengenai pentingnya *corporate social responsibility* sehingga pengimplementasian *corporate social responsibility* pada perusahaan menjadi semakin baik.

2. Bagi Investor

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya *corporate social responsibility* dalam suatu perusahaan sehingga pelaksanaan *corporate social responsibility* pada perusahaan dapat menjadi pertimbangan serta penilaian investor dalam pengambilan keputusan berinvestasi.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Lokasi dan Objek penelitian adalah perusahaan yang termasuk ke dalam Sektor Jasa Sub Sektor Perdagangan Eceran (*retail*) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2013-2016.

1.8 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran tentang materi yang akan dibahas dalam penulisan penelitian ini, perlu dibuat sistematika penulisan dengan rincian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan yang merupakan penjelasan secara umum atas apa yang akan diteliti.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Berisi tentang penjelasan hasil kajian pustaka yang terkait dengan topik dan variabel penelitian sebagai dasar penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Berisi tentang penegasan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan dalam mengumpulkan dan menganalisis data untuk menjelaskan masalah penelitian dan membuktikan hipotesis penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang pembahasan hasil penelitian berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan untuk mencapai tujuan penelitian yaitu mengetahui pengaruh baik secara parsial maupun simultan antara penerapan ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris dan Umur Perusahaan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan sub sektor perdagangan *retail* yang terdaftar di BEI tahun 2013-2016.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran-saran yang berhubungan dengan penelitian serupa di masa yang akan data.

HALAMAN SENGAJA DIKOSONGKAN