

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Permasalahan lingkungan hidup dalam beberapa tahun terakhir selalu menjadi perbincangan publik. Maraknya kasus kerugian yang terjadi akibat pengelolaan yang tidak bertanggungjawab baik oleh perorangan maupun organisasi. Dengan pengelolaan lingkungan yang tidak bertanggungjawab mengakibatkan sebuah malapetaka bagi kehidupan manusia, seperti adanya penyebaran wabah penyakit, erosi, hingga terjadinya perubahan iklim yang dapat menyebabkan kerugian panen (Saputra, 2016).

Good corporate governance (GCG) secara definitif merupakan sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan yang menciptakan nilai tambah (*value added*) untuk semua *stakeholder* (Monks, 2003). Ada dua hal yang ditekankan dalam konsep ini, pertama, pentingnya hak pemegang saham untuk memperoleh informasi dengan benar dan tepat pada waktunya dan kedua, kewajiban perusahaan untuk melakukan pengungkapan (*disclosure*) secara akurat, tepat waktu, transparan terhadap semua informasi kinerja perusahaan, kepemilikan, dan *stakeholder* (Kaihatu, 2006). Variabel makroekonomi GCG dan makro ekonomi secara memiliki pengaruh pada bagaimana periode di BEI. Kebijakan GCG dan nilai tukar perusahaanpun memiliki pengaruh positif sedangkan nilai tukar memiliki pengaruh negatif terhadap nilai saham gabungan (IHSG) (Dwianika, 2018).

Indonesia merupakan salah satu negara yang disoroti terkait masalah penanganan lingkungan hidup, dalam tempo tiga tahun terakhir Indonesia telah kehilangan 45% hutan lindung akibat adanya pembukaan lahan untuk kepentingan industri. Akibat pembukaan lahan hutan lindung oleh sejumlah oknum yang tidak bertanggungjawab menyebabkan kebakaran hutan. Menurut Ford (2015) akibat kejadian tersebut mengakibatkan munculnya masalah kabut asap dalam beberapa waktu yang menciptakan kerugian materil maupun non materil (Saputra, 2016).

Dalam konsep CSR, kegiatan itu disebut tanggung jawab filantropis. Tanggung jawab ini adalah bagian pucuk pada Piramida *Caroll* yang menggambarkan struktur CSR. Artinya, sebenarnya ada berbagai tanggung jawab lain yang lebih mendasar yang harus dijalankan perusahaan, yaitu tanggung jawab ekonomi, tanggung jawab hukum, dan tanggung jawab etis, yang masih diabaikan, bahkan sering dimanipulasi. Terdapat banyak perusahaan yang mengeluarkan uang untuk filantropi dan menjadikannya sebagai senjata

untuk *public relation*, berupa iklan-iklan yang memberitakan filantropi itu diproduksi, untuk membangun citra perusahaan bahwa perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang baik, dan banyak menyumbang untuk kepentingan masyarakat. Karena itu pengabaian perusahaan terhadap berbagai tanggung jawabnya menjadi luput dari perhatian. Sebagai contoh terkait cara perusahaan rokok yang mengiklankan bahaya rokok namun malah menjadikan kesempatan dalam memperkenalkan produk barunya sehingga yang seharusnya menjadi peringatan untuk tidak merokok malah menjadi suatu iklan yang menguntungkan bagi perusahaan.

Sehingga dalam industri rokok, ada begitu banyak tanggung jawab sosial yang mereka abaikan, yaitu adalah tanggung jawab terhadap efek rokok pada kesehatan manusia, baik perokok maupun orang-orang di sekitarnya. Alih-alih bertanggung jawab, industri rokok cenderung membantah efek rokok terhadap kesehatan. Mustahil untuk bisa menyaksikan ada perusahaan rokok yang menyantuni perokok yang sakit akibat merokok (www.detiknews.com 2018) diakses pada 6 April 2019.

Selain industri rokok maraknya kasus kelalaian perusahaan konstruksi dalam menjalankan operasional yang merugikan merupakan salah satu permasalahan yang perlu di perhatikan dan ditangani, seperti pada kasus PT Arutmin Indonesia yang menewaskan dua pekerja akibat kecelakaan yang disebabkan lintasan truk kedua pegawai mengalami longsor sehingga menyebabkan truk terseret dan tertimbun material tanah. Kejadian tersebut perlu diperhatikan agar hal tersebut tidak terjadi kembali pada perusahaan-perusahaan tambang lainnya (www.katadata.co.id) diakses pada 10 Mei 2019.

Perusahaan yang menyadari akan pentingnya suatu pengungkapan CSR akan memperoleh manfaat positif bagi keberlanjutan perusahaan seperti halnya perusahaan akan dikenal ramah lingkungan sehingga produk maupun jasa akan mudah diterima oleh masyarakat, meningkatnya nilai saham perusahaan karena investor tertarik dan percaya terhadap perusahaan, kinerja finansial dan social akan menjadi baik, dan keberlanjutan perusahaan yang membaik.

Ditahun 2015 terdapat fenomena penurunan saham yang dialami oleh salah satu perusahaan yang masuk ke dalam kategori *Winner of Sustainability Reporting Awards 2017* yaitu PT Bank Rakyat Indonesia (BBRI). Di beritakan oleh bareksa.com, pada 24 Juni 2015 bahwa harga saham BBRI menurun 4,63% menjadi Rp 10.300 pada pertengahan 2015. Sebelumnya, kinerja BBRI di nilai buruk selama lima bula pertama di tahun 2015. Adanya fenomena tersebut didukung dengan memburuknya kinerja perusahaan yang akan membuat para calon investor dan investor yang telah bergabung

didalamnya akan berfikir kembali dalam pemberian dana kepada perusahaan (www.bareksa.com ,2015) diakses pada 2 mei 2019.

Ditahun 2019 akhirnya akhirnya PT Bank Rakyat Indonesia (BBRI) memberikan kinerja yang baik dengan mencetak rekor saham tertinggi. Bank BRI pada perdagangan Jumat (29/3/2019) kembali menyentuh level tertinggi sepanjang sejarah bank ini tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Saham BRI pada perdagangan hari ini juga tercatat paling banyak di borong investor asing. Kenaikan saham tersebut sebesar 0,49% ke level Rp 4.120/Saham.

Direktur Utama Bank BRI Suprajarto mengatakan naiknya profit juga disebabkan oleh peningkatan efisiensi yang tercermin dari menurunnya rasio beban operasional terhadap pendapatan operasional (BOPO) BRI. BOPO pada akhir 2018 tercatat 70%, turun 70 basis poin dari setahun sebelumnya. Kinerja keuangan BRI tumbuh berkelanjutan ditopang sektor UMKM. Pertumbuhan positif dan sustainable dengan UMKM sebagai *core business*. Hal tersebut menjadikan BRI bank UMKM terbesar di Indonesia (cnbcindonesia.com) Diakses pada 2 mei 2019.

Kedua Fenomena tersebut mempengaruhi nilai perusahaan BBRI, untuk mempertahankan nilai perusahaan yang sangat penting, dilihat dari persaingan yang semakin ketat, sehingga setiap perusahaan perlu memikirkan cara untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar namun dengan biaya yang sangat rendah. Dampak yang ditimbulkan membuat banyak perusahaan yang tidak peduli pada masalah sosial. Adanya dampak yang dirasakan oleh warga sekitar membuat masyarakat menuntut perusahaan untuk lebih memperhatikan dampak social yang ditimbulkan dari adanya kegiatan yang dilakukan. Dalam mengatasi hal tersebut, salah satu upaya yang dapat dilakukan pemerintah yaitu membuat peraturan bagi perusahaan terkait *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Kawasan Industri Jababeka di Cikarang, Jawa Barat, tidak mengabaikan warga yang tinggal di sekitarnya. Sebab menjadi ironi jika di samping Kawasan Industri besar dan pemukiman yang mewah, ada warga yang hidup penuh keterbatasan dan justru menanggung dampak negatif dari keberadaan 'Kawasan Elit' tersebut. Namun, perusahaan di kawasan Jababeka tidak maksimal menjalankan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* kepada warga. Bahkan ada yang mengalami dampak negatif, seperti banjir yang menunjukkan bahwa tidak adanya perhatian bagi warga sekitar. Seharusnya dengan ribuan perusahaan yang berada di daerah tersebut,

warga di daerah sekitar mendapatkan manfaat baik pembangunan sarana prasarana dan kesempatan mendapatkan lapangan pekerjaan (www.metronews.com 2015) diakses pada 6 April 2019.

Wagub DKI Jakarta Sandiaga Uno mengatakan bahwa akan meninjau ulang sistem tata kelola penggunaan dana CSR dan Koefisien Luas Bangunan (KLB). Sandiaga menerima laporan jika pengelolaan CSR dan KLB selama ini belum menganut sistem yang baik.

Sandiaga mengatakan Pemprov DKI ke depan harus menganut sistem pemerintahan yang terbuka, transparan, dan akuntabel. Salah satu yang dilakukan dengan membenahi sistem pengelolaan CSR dan KLB yang selama ini mendorong pertumbuhan pembangunan di DKI. Sandiaga akan mengkajinya segera. (detik.com 2017) diakses pada 7 April 2019.

Penerapan *Corporate Social Responsibility* tidak lagi hanya memperhatikan pada single bottom line saja, melainkan perusahaan yang menunjukkan tanggung jawab sosialnya akan memberikan perhatian kepada kemajuan masyarakat, terkait people, Planet, dan Profit. Seperti Kasus yang menyangkut tentang *Corporate Social Responsibility* yaitu pada PT Indofood karena adanya pemberian upah dan gaji yang di bawah UMR bagi karyawannya tersebut. Hal ini bertentangan dengan tidak adanya penerapan 3P (*People, Planet, Profit*) dalam CSR pada suatu perusahaan. Dalam kasus diatas menunjukkan adanya pelanggaran dalam penerapan People di PT Indofood karena selain kesejahteraan bagi masyarakat sekitar, juga perlu adanya kesejahteraan bagi para karyawannya dengan memberikan upah dan gaji yang layak atas apa yang telah dikerjakannya. Karena karyawan merupakan pemangku kepentingan bagi perusahaan yang menjadi penunjang kesuksesan perusahaan dalam mencapai target (Barnas, Hapsari, Yudowati 2016).

Laporan pengungkapan sosial, lingkungan dan bidang ekonomi yang terdapat di laporan tahunan perusahaan bertujuan sebagai rasa tanggungjawab perusahaan untuk investor atau stakeholders. Sebab itu, dengan melakukan pengungkapan sosial pada investor atau stakeholdes diharapkan akan terjalin hubungan yang baik atau komunikasi yang baik antara perusahaan dengan investor. Apabila perusahaan melakukan pengungkapan CSR maka akan menumbuhkan kepercayaan masyarakat, dan mendapatkan respon positif dan juga akan meningkatkan kekuatan keuangan jangka panjang.

Perkembangan isu CSR sendiri cukup populer di Indonesia dalam beberapa tahun ini. Banyak perusahaan yang mulai antusias dalam menjalankan aktivitas CSR dengan beberapa alasan, diantaranya adalah agar dapat meningkatkan citra perusahaan, agar dapat membawa keuntungan tersendiri bagi perusahaan, dan agar dapat menjamin keberlangsungan perusahaan.

CSR bertujuan meminimalisir dampak buruk dalam aspek sosial dan juga lingkungan yang ditimbulkan selama menjalankan aktivitas perusahaan. Rencana CSR menggambarkan kewajiban industri atas pengembangan relevansi (*stakeholder*), bagian yang tertimpa dari eksistensi industri. Namun jika dibandingkan dengan negara lain tingkat pengungkapan CSR di Indonesia masih sangat sedikit.

Riset terbaru menyatakan perusahaan di Indonesia memiliki kualitas tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* (CSR) yang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan asal Thailand. Tahun 2010 Riset *Centre for Governance, Institutions, and Organizations National University of Singapore (NUS) Business School* 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.

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. Berbagai perusahaan di Indonesia, Malaysia, Singapura dan Thailand memberikan perhatiannya terhadap pentingnya pelaporan CSR.

Dilihat dari kualitasnya, praktik CSR jauh lebih baik diimplementasikan perusahaan-perusahaan Singapura dan Thailand dibandingkan dengan Indonesia dan Malaysia," kata Loh di Gedung NUS, Singapura, Rabu (20/7). 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 (www.cnnindonesia.com 2016) Diakses pada 26 Maret 2019.

Dimulai pada tanggung jawab sosial tahun 1950an perusahaan telah dibahas tidak hanya di ruang rapat perusahaan besar tetapi juga di kalangan akademisi. Sejak saat itu, topik ini selalu menjadi topik yang kontroversial dan saat ini dianggap sebagai satu-satunya jalan menuju kemakmuran jangka panjang oleh beberapa orang dan cara yang mengerikan untuk salah mengartikan uang oleh orang lain. Akademisi dan profesional

keuangan telah mencoba menyelesaikan teori-teori yang saling bertentangan ini dan menemukan beberapa bentuk pemahaman bersama dalam dekade-dekade terakhir.

Perusahaan yang menerapkan CSR biasanya akan dinilai secara normal oleh masyarakat sehingga produk mereka akan lebih menarik dan akan meningkatkan kinerja keuangan. Kedua, mengurangi risiko dari masyarakat sekitar. Ketiga, meningkatkan reputasi perusahaan yang dapat dipandang sebagai pemasaran sosial bagi perusahaan. Berbagai kegiatan dilakukan atas nama perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) berkisar dari kegiatan sederhana seperti pemberian uang bantuan ke program komprehensif untuk memberdayakan masyarakat.

CSR juga bisa dilakukan secara internal di perusahaan. Misalnya, pelatihan untuk karyawan dan keluarga mereka, fasilitas kerja yang memadai, pembibitan, beasiswa untuk anak-anak karyawan, dan dengan perusahaan luar seperti komunitas CSR atau masyarakat. Ada variasi aktivitas CSR yang dimiliki oleh perusahaan karena perusahaan memandang pentingnya CSR dengan berbagai cara. Ada tiga alasan mengapa perusahaan melakukan CSR, yaitu: (1) kepatuhan, (2) meminimalkan risiko dan (3) menciptakan nilai (Bhatt, 2002). Pertama, kepatuhan berarti perusahaan bersedia melakukan kegiatan CSR karena tuntutan peraturan seperti yang tercantum dalam UU No. 40 tahun 2007.

Perkembangan CSR di Indonesia ditandai oleh beberapa perusahaan yang menerapkan CSR. Semakin banyak perusahaan menerapkan CSR dalam bentuk amal dan pemberdayaan. Paling tidak, hal itu bisa dilihat dari publikasi yang terus-menerus terkait dengan implementasi CSR di media cetak dan elektronik. Di Indonesia, selain keragaman kegiatan dan manajemen menjadi lebih beragam, jika dilihat dari kontribusi finansial, semakin besar jumlahnya.

Studi PIRAC tahun 2001 menunjukkan bahwa dana CSR di Indonesia mencapai lebih dari 115 miliar rupiah atau sekitar 11,5 juta dollar AS dari 180 perusahaan yang dihabiskan untuk 279 kegiatan sosial yang dicatat oleh media massa (Saidi, 2004). CSR yang lebih luas didefinisikan sebagai komitmen perusahaan tidak hanya untuk menyediakan barang dan jasa yang baik bagi masyarakat tetapi juga menjaga lingkungan sosial dan kualitas fisik, dan juga memberikan kontribusi positif bagi kesejahteraan masyarakat dimana mereka berada sehingga Ini menekankan bagaimana perusahaan memberi apa yang diinginkan orang.

Profitabilitas merupakan indikator kinerja manajemen yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan untuk mengelola aset perusahaan (Brigham, 2010). Profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan rasio profitabilitas yang akan menunjukkan seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga menghasilkan keuntungan bagi perusahaan melalui rasio seperti ROA (*Return on Assets*), ROE (*Return on Equity*), dan NPM (*Net Profit Margin*) (Brigham dan Houston, 2010).

ROA adalah rasio profitabilitas yang menunjukkan keuntungan perusahaan dengan membagi laba bersih terhadap total aset yang dimiliki oleh perusahaan, sehingga rasio ini disebut juga dengan *earning power* karena menggambarkan kemampuan perusahaan. Dalam melakukan penelitian pengujian beberapa faktor yang dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Faktor-faktor yang akan di uji dalam penelitian antara lain Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, *Return On Assets*, dan Ukuran Perusahaan.

ROA yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang semakin baik. Dengan nilai ROA ini dapat diketahui apakah perusahaan telah efisien dalam memanfaatkan aktivitya dalam kegiatan operasional perusahaan atau tidak. Perusahaan dengan nilai ROA yang baik menunjukkan bahwa perusahaan berada dalam kondisi kinerja yang baik dan memiliki posisi persaingan yang kuat. Hal tersebutlah yang akan memicu reaksi dari para stakeholder untuk mendorong perusahaan dalam melakukan pencapaian usaha perbaikan dan kepedulian terhadap masalah lingkungan dan sosial. Salah satu bentuk implementasi yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi perannya kepada pihak *stakeholder* adalah dengan melaksanakan CSR.

Ukuran perusahaan seperti penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sembiring (2005) dengan menggunakan variabel profitabilitas dan size perusahaan. Skala ukuran perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan dan laporan tahunan mereka. Perusahaan besar cenderung akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil.

Teori *stakeholder* dan teori legitimasi merupakan teori yang mendasari dari pengungkapan CSR. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat dilakukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat. Teori legitimasi juga dapat digunakan untuk menjelaskan keterkaitan mekanisme profitabilitas dan kepemilikan asing terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Mekanisme

profitabilitas dan kepemilikan asing memberikan keyakinan perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Keberadaan suatu perusahaan secara langsung maupun tidak langsung memiliki dampak yang dirasakan tidak hanya bagi para pemegang saham (*shareholders*) namun juga bagi para pemangku kepentingan (*stakeholders*) lainnya seperti pegawai, pelanggan, pemerintah, masyarakat, dan lingkungan. Dampak tersebut dapat berupa Tanggung jawab sosial perusahaan diharapkan dapat memberikan timbal balik kepada *stakeholders* maupun lingkungannya atas berbagai dampak yang timbul selama perusahaan beroperasi (*going concern*) sehingga keberadaan perusahaan dapat diterima di lingkungan sekitar. Menurut Almar, dkk (2012) dampak yang menguntungkan namun juga dapat berupa dampak yang justru merugikan.

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, Pasal 15 (b) menyatakan bahwa "setiap investor berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan".

Beberapa penelitian mengenai CSR yang dilakukan di Indonesia antara lain Anggraini (2006) melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam mengungkapkan *corporate social responsibility*. Berdasarkan penelitian yang dibuat maka dapat disimpulkan bahwa didalam melakukan suatu pengungkapan sosial perusahaan didasari atas beberapa faktor, antara lain faktor-faktor kepemilikan manajemen dan tipe industri menjadi bahan pertimbangan bagi.

Perusahaan untuk melakukan pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rosmasita (2007) menemukan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, dan kepemilikan manajerial merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur.

Pengungkapan CSR biasanya dilaporkan dalam sebuah laporan tahunan perusahaan yang dianggap sebagai sarana komunikasi terbaik bagi perusahaan dengan pihak eksternal. Saat ini Indonesia berpedoman pada *Global Reporting Initiative* (GRI) sebagai standar untuk pembuatan laporan keberlanjutan atau *sustainability report*. Fenomena perkembangan isu CSR sendiri cukup populer di Indonesia dalam beberapa tahun ini. Banyak perusahaan yang mulai antusias dalam menjalankan aktivitas CSR dengan beberapa alasan, diantaranya adalah agar dapat meningkatkan citra perusahaan, agar dapat membawa keuntungan tersendiri bagi perusahaan, dan agar dapat menjamin keberlangsungan perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang berfungsi untuk mengklasifikasikan besar kecilnya suatu entitas. Secara umum, perusahaan besar akan mengungkapkan informasi sosial atau tanggung jawab sosial lebih banyak daripada perusahaan kecil. Hal ini dapat dijelaskan secara teoritis bahwa perusahaan besar merupakan entitas bisnis yang tidak lepas dari resiko tekanan politis yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil (Maiyarni, 2014).

Leverage adalah perbandingan antara dana yang diperoleh dari ekstern perusahaan dengan dana yang dimiliki oleh perusahaan. Leverage memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tidak tertagihnya suatu utang. Scott (2000) dalam Wardani (2013) menyampaikan pendapat yang mengatakan bahwa semakin tinggi leverage kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan. Perusahaan yang memiliki rasio leverage tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan CSR supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi (Rofiqoh, 2016).

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendeknya ketika jatuh tempo, atau ketika perusahaan terancam bangkrut (Darmayanti, 2008). Rasio likuiditas diukur dengan menggunakan current ratio. Current ratio menunjukkan sejauh mana aktiva lancar menutupi kewajiban-kewajiban lancarnya. Semakin besar perbandingan aset lancar dengan hutang lancar, semakin tinggi kemampuan perusahaan menutupi kewajiban jangka pendeknya (Darmayanti, 2008).

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti kemukakan diatas, dapat diidentifikasi beberapa masalah antara lain:

1. Banyak perusahaan yang belum melakukan pengungkapan CSR.
2. Pentingnya suatu perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR
3. Banyak terdapat perbedaan hasil pengujian dari variabel independen.
4. Adanya kerugian bagi masyarakat sekitar perusahaan apabila perusahaan tidak melakukan CSR.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh Profitabilitas terhadap pengungkapan CSR?
2. Bagaimana pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan CSR?
3. Bagaimana pengaruh *Leverage* terhadap pengungkapan CSR?
4. Bagaimana pengaruh Likuiditas terhadap pengungkapan CSR?
5. Bagaimana pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan Likuiditas secara Simultan terhadap pengungkapan CSR?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh dari profitabilitas, ukuran Perusahaan dan leverage terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
2. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
4. Untuk mengetahui pengaruh Likuiditas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
5. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, *Leverage* dan Likuiditas secara simultan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian mengenai pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* yang terkait profitabilitas dan ukuran perusahaan memberikan beberapa manfaat bagi berbagai pihak, seperti:

1. Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh perusahaan sebagai informasi mengenai manfaat pengungkapan *corporate social responsibility* sehingga perusahaan tertarik untuk melakukan pengungkapan *corporate social responsibility*.

2. Penulis

Penelitian ini dapat membantu penulis dalam memperluas wawasan pengetahuan seputar pengungkapan *corporate social responsibility* dan membantu penulis dan membantu penulis dalam mencari solusi atas fakta dan permasalahan yang menjadi objek penelitian.

3. Investor

Penelitian terkait pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* pada profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, dan likuiditas ini dapat memberikan informasi kepada investor mengenai laporan pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan. Dengan demikian, investor tertarik berinvestasi di perusahaan tersebut.

1.6 Sistematika Pembahasan

Dalam penulisan ini, penulis menguraikan dalam lima bab diantaranya:

BAB I PENDAHULUAN

Menguraikan latar belakang, perumusan atau identifikasi masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Menguraikan tentang uraian teoritis yang berhubungan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terkait Profitabilitas, Ukuran perusahaan dan Leverage dengan sampel Perusahaan Manufaktur yang terdaftar pada BEI (Bursa Efek Indonesia).

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi penjabaran metode penelitian yang akan digunakan meliputi objek penelitian, variabel penelitian, pengumpulan data, dan tahapan penelitian.

BAB IV ANALISA PERMASALAHAN DAN HASIL PENELITIAN

Membahas seluruh uraian mengenai informasi dan data yang telah dikumpulkan dengan cara berpikir penulis guna memperoleh pemecahan masalah.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Menguraikan mengenai kesimpulan dan saran berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya.