

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

CSR merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada single bottom line, yaitu nilai perusahaan (corporate value) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (financial). Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada triple bottom lines yaitu juga memperhatikan masalah sosial dan lingkungan. Korporasi bukan lagi sebagai entitas yang hanya mementingkan dirinya sendiri saja sehingga mengasingkan diri dari lingkungan masyarakat di tempat mereka bekerja, melainkan sebuah entitas usaha yang wajib melakukan adaptasi kultural dengan lingkungan sosialnya(Almilia, 2016).

Fenomena mengenai Corporate Social Responsibility (CSR) yang terjadi pada beberapa waktu yang lalu yaitu issue kandungan minyak babi di Indonesia. Sempat gempar akibat adanya kasus menggunakan lemak babi dalam suatu produk. Issue tersebut cukup menggemparkan masyarakat Indonesia yang sebagian besar adalah Muslim. Issue ini muncul ketika salah seorang peneliti dari Universitas Brawijaya yang menengarai adanya kandungan lemak babi dalam beberapa produk yang beredar. Issue tersebut adalah gelatin dan shortening yang sebagian diantaranya dibuat dari bahan babi, alkohol, dan lard(Rifqiyah, 2016).

Walaupun banyak pendapat mengemukakan tentang pentingnya melakukan CSR, tetapi sampai saat ini masih terjadi kasus pencemaran lingkungan. **Fenomena** Berdasarkan laporan Jaringan Advokasi Tambang (Jatam) pada akhir tahun 2012 diperkirakan 70% kerusakan lingkungan Indonesia dikarenakan operasi pertambangan¹. Selain itu, PT. Aneka Tambang Tbk dituding melakukan pencemaran sungai serta tidak melakukan reklamasi terhadap bekas lokasi penambangannya dan PT. Bumi Resources masuk kedalam 8 daftar

perusahaan yang memiliki catatan buruk karena telah melanggar hak asasi manusia, polusi, merusak budaya dan menghancurkan kehidupan masyarakat(Almilia, 2016).

Berdasarkan kasus-kasus diatas, maka penting bagi perusahaan untuk mengungkapkan atau menginformasikan kegiatan-kegiatan CSR yang sudah dilakukan perusahaan. Agar tidak terjadi penilaian negatif dari pihak-pihak lain diluar perusahaaan, seperti : pelanggan, masyarakat lokal, pemerintah, masyarakat umum dan investor atau calon investor. Menurut Informasi merupakan kebutuhan yang mendasar bagi para investor dan calon investor untuk pengambilan keputusan. Adanya informasi yang lengkap, akurat serta tepat waktu memungkinkan investor untuk melakukan pengambilan keputusan secara rasional sehingga hasil yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan. Menurut salah satu informasi yang sering diminta untuk diungkapkan perusahaan saat ini adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang baik, memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Media yang tepat bagi perusahaan untuk meinformasikan mengenai implementasi CSR adalah lewat laporan tahunan (annual report) atau melalui laporan keberlanjutan (sustainability report)(Almilia, 2016).

Setiap tahun Indonesia mengalami kebakaran hutan dan kabut asap, adanya fenomena el nino pada tahun 2015 membuat kondisi cuaca mengering dan memperpanjang musim kemarau sehingga polusi udara akibat kebakaran hutan menjadi semakin parah. Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) menyampaikan bahwa luas area kebakaran hutan dan lahan (karhutla) yang terjadi tahun 2015 sudah setara dengan 32 kali wilayah Provinsi DKI Jakarta atau empat kali Pulau Bali. BNPB juga mengungkapkan bahwa pembakaran hutan yang terjadi di Sumatera, khususnya di Provinsi Riau, sebanyak 99,9 persen kebakaran hutan dan lahan adalah perbuatan yang disengaja(Dhiyaul-haq & Santoso, 2016).

Banyak perusahaan di Indonesia yang telah melaksanakan aktivitas CSR dilapangan, akan tetapi belum banyak yang mengungkapkan aktivitas tersebut dalam sebuah laporan. Hanya beberapa perusahaan yang telah mengungkapkan informasi lingkungan dan tanggung jawab sosial didalam laporan tahunan perusahaan. Beberapa diantaranya membuat laporan CSR tersendiri, terpisah dari laporan tahunan. Dibandingkan dengan negara lain, harus diakui bahwa perkembangan praktik laporan keberlanjutan di Indonesia berjalan lambat(Almilia, 2016).

Keberadaan perusahaan industri manufaktur dianggap banyak memberikan keuntungan bagi masyarakat, antara lain memberikan kesempatan kerja, menyediakan barang konsumsi, jasa, membayar pajak, memberi keuntungan, dan lain-lain. Berdasarkan hasil sensus ekonomi yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah perusahaan di Indonesia tercatat 26,7 juta pada tahun 2016. Jumlah ini meningkat drastis dibandingkan tahun 2006 yang hanya berjumlah 22,7 juta perusahaan. Berdasarkan fakta tersebut, 26,7 juta perusahaan juga harus ikut bertanggung jawab dalam menangani kerusakan lingkungan yang mereka sebabkan. Pertanggung jawaban perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai macam cara, selama cara tersebut dinilai positif di mata masyarakat. Namun demikian, keberadaan perusahaan ternyata juga banyak menimbulkan berbagai persoalan sosial dan lingkungan, seperti: polusi udara, keracunan, kebisingan, diskriminasi, pemaksaan, kesewenang-wenangan, produksi makanan haram seperti bentuk negative externalities lain. Adanya perusahaan yang bergerak di bidang pemanfaatan sumber daya alam baik secara langsung maupun yang tidak langsung akan memberikan dampak pada lingkungan sekitarnya. Oleh karena itu, untuk mencegah dampak tersebut pemerintah membuat peraturan UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) pasal 74 UU RI Ayat 1 mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, yaitu: “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial

dan lingkungan. Di Indonesia praktek pengungkapan tanggung jawab sosial di atur oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI), dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 (Revisi 1998) paragraf 9, yang menyatakan bahwa: “Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (value added statement), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting” (Tipe, 2019).

Despite the fact that corporate social responsibility (CSR) is a new term, the idea of informing its emergence in the business world has always been recognized from the earliest times. The concept that the business practices rely on moral principles and “controlled greed” was encouraged by famous western researchers like Cicero in the first century before Christ and eastern scholars like India’s Kautilya in the fourth century before Christ (Salehi, Tarighi, & Rezanezhad, 2019).

What is clear is that business units cannot escape from society and society cannot exist without business units; therefore, there is a two-way communication between business units and society. CSR toward the society is beneficial for both business units and society, and a better understanding of its potential benefits can lead to high returns on investment for the companies. Investors and other stakeholders use environmental information in making their decisions. Extensive evidence shows that social and environmental information is useful for investors and other stakeholders’ decisions (Salehi et al., 2019)

Perusahaan atau industri dan masyarakat seharusnya menciptakan suatu hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme, bukan malah merugikan satu sama lain atau salah satu pihak, namun kenyataannya dengan dua contoh tadi kita ketahui bahwa selalu ada dampak positif dan dampak negatif pada kedua belah pihak dalam hal ini adalah industri dan masyarakat. Keadaan seperti ini pastinya akan sangat mengganggu kedua belah pihak, maka hal

seperti ini tidak bisa diacuhkan begitu saja, apalagi oleh pihak industri, kemampuan industri untuk beradaptasi dengan masyarakat di sekitar lingkungannya menjadi salah satu syarat supaya keberadaan industri tersebut dapat diterima. Sebuah konsep akhirnya muncul dalam usaha industri untuk menciptakan dan membina hubungan yang baik antara industri dan lingkungan masyarakat berupa tanggung jawab sosial atau disebut juga corporate social responsibility (CSR) (Kurniawan & Harimurti, 2018).

Salah satu informasi yang perlu diungkapkan adalah tanggung jawab sosial perusahaan. Sumber daya ekonomi perusahaan berhubungan langsung dengan dimensi sosial dan lingkungan, sehingga peranannya sangat signifikan dalam menunjang ekonomi perusahaan. Dengan konsep pembangunan yang berkelanjutan, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada single bottom line (SBL), yaitu nilai perusahaan (corporate value) yang direfleksikan dalam kondisi ekonomi (financial) saja . Tetapi lebih berpijak pada triple bottom line (TBL) yaitu ekonomi, sosial dan lingkungan .Banyak perusahaan di Indonesia yang sudah mengungkapkan tanggung jawab sosial, tetapi masih dalam tingkat sukarela. Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan disusun dengan menggunakan item yang berfokus pada konsep Corporate Social Responsibility. Padahal sebenarnya Corporate Social Responsibility itu berasal dari pemikiran konsep triple bottom line yang menyatakan bahwa perusahaan harus melakukan konsep ini agar perusahaan dapat sustainable (Yunina, 2019).

CSR merupakan suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan sesuai dengan kemampuan perusahaan tersebut sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial dan lingkungan sekitar dimana perusahaan tersebut menjalankan aktivitasnya. Pelaksanaan dan konsep CSR merupakan tanggungjawab bersama, baik bagi pemangku kepentingan (stakeholder) maupun pihak yang terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Adanya dampak dari aktivitas perusahaan telah menyadarkan bahwa kerusakan lingkungan

yang terjadi harus ditangani dengan baik bahkan dikurangi agar dapat dimanfaatkan oleh generasi mendatang. Tekanan stakeholder terhadap perusahaan untuk dapat secara efektif melakukan dan memperhatikan kegiatan lingkungan serta keharusan suatu perusahaan untuk menjadi akuntabel juga menyebabkan meningkatnya perusahaan yang melakukan pengungkapan lingkungan. Maka, tanggungjawab perusahaan saat ini tidak hanya terbatas pada kinerja keuangan saja, tetapi juga bertanggungjawab terhadap masalah sosial yang ditimbulkan oleh aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan. Corporate social responsibility (CSR) telah berkembang menjadi bagian dari strategi bisnis perusahaan, terutama terkait dengan fungsi pemasaran, public relation, dan pengambilan kebijakan investasi. Saat ini perusahaan tidak hanya dituntut mencari keuntungan/laba semata, namun juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat (**Ainun Nadifah Norma Sari, 2017**).

Salah satu informasi yang sering diminta untuk diungkapkan perusahaan saat ini adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility). Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan muncul karena adanya tuntutan dari masyarakat dan para pengguna laporan keuangan terhadap dampak kegiatan bisnis perusahaan. Tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang semakin bagus (good corporate governance) semakin 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 tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengkonsumsi makanan dapat terpenuhi. Corporate Social Responsibility merupakan suatu konsep akuntansi yang dapat membawa perusahaan agar melaksanakan tanggung jawabnya terhadap lingkungan dan masyarakat (**Janra, 2015**).

Pembangunan suatu negara tidak hanya pemerintah ataupun industri saja yang bertanggung jawab, tetapi juga merupakan tanggung jawab manusia yang memiliki peran penting untuk menciptakan kenyamanan sosial dan pengendalian kualitas hidup masyarakat. Pengungkapan corporate social responsibility adalah bentuk komunikasi dari perusahaan terhadap dampak sosial dan lingkungan atas kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan terhadap kelompok atau tokoh berkepentingan dan masyarakat umum secara keseluruhan. Bentuk penyampaian informasi diungkapkan ke dalam laporan tahunan perusahaan, setiap kegiatan perusahaan yang berdampak akibat perusahaan maka wajib disampaikan ke dalam laporan tahunan, seperti melakukan bantuan sosial atau pemeliharaan fasilitas umum dan penanggulangan bencana. Dengan demikian, perusahaan sudah pasti melakukan tugasnya terhadap tanggung jawab sosial (**Muhammad Rivandi, 2019**).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan aktivitas tanggung jawab perusahaan terhadap para stakeholder dengan cara memberi perhatian terhadap aspek sosial dan lingkungan. Dunia usaha saat ini mengalami perkembangan yang positif, dimana perusahaan tidak hanya fokus untuk mencari laba semata, namun juga memperhatikan aspek sosial dan lingkungan sekitarnya. menyatakan bahwa jika sebuah perusahaan ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya, maka perusahaan tersebut harus memperhatikan triple bottom, yaitu selain mengejar keuntungan (profit), perusahaan juga harus sejalan dengan pandangan tersebut, pemerintah menerbitkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74 tentang Perseroan Terbatas yang mewajibkan perseroan di bidang atau terkait dengan sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pemerintah memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (people) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (planet) (**Mirza Nurdin Nugroho, 2015**).

Pada saat banyak perusahaan menjadi semakin berkembang, maka pada saat itu pula kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan sekitarnya dapat terjadi, karena itu muncul pula kesadaran untuk mengurangi dampak negatif ini. Banyak perusahaan swasta kini mengembangkan apa yang disebut Corporate Sosial Responsibility (CSR). Penerapan CSR tidak lagi dianggap sebagai cost, melainkan investasi perusahaan. CSR terhadap nilai perusahaan pada sektor pertambangan sangatlah penting, karena dengan adanya CSR dipercaya dapat meningkatkan nilai perusahaan, dimana para investor cenderung menanamkan modalnya kepada perusahaan yang memiliki kepedulian sosial, dengan menggunakan informasi tanggung jawab sosial sebagai salah satu keunggulan perusahaannya, terutama perusahaan sektor pertambangan yang kegiatan bisnisnya berdampak langsung pada lingkungan. dengan melaksanakan CSR, citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen makin tinggi. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan akan semakin membaik dan nilai saham perusahaan akan meningkat (**Alfonsia Klofilda Suryati, Agus Wahyudi Salasa Gama², 2019**).

Perusahaan yang menjalankan corporate social responsibility akan memperhatikan dampaknya terhadap kondisi sosial dan lingkungan dalam menetapkan dan menjalankan strategi bisnisnya, dan berupaya agar dampaknya positif. Perkembangan CSR juga terkait dengan semakin parahnya kerusakan lingkungan yang terjadi di Indonesia maupun dunia, mulai dari penggundulan hutan, polusi udara dan air, hingga perubahan iklim. Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan salah satu media yang dipilih untuk memperlihatkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat di sekitarnya, dengan kata lain, apabila perusahaan memiliki kontrak dengan foreign stakeholders baik dalam ownership dan trade, maka perusahaan akan lebih didukung dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Perusahaan bukan lagi sekedar kegiatan ekonomi untuk menciptakan profit demi kelangsungan usahanya, melainkan juga bertanggung jawab terhadap aspek sosial dan

lingkungannya. Dasar pemikirannya adalah menggantungkan semata-mata pada kesehatan finansial tidak menjamin perusahaan bisa tumbuh secara berkelanjutan. Keberlanjutan akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan aspek terkait lainnya, yaitu aspek sosial dan lingkungan. Kebijakan CSR tidak selalu dijamin selaras dengan visi dan misi korporasi. Jika pimpinan perusahaan memiliki kesadaran moral yang tinggi, besar kemungkinan korporasi tersebut menerapkan kebijakan CSR yang benar. Sebaliknya, jika orientasi pimpinannya hanya berkiblat pada kepentingan kepuasan pemegang saham (produktivitas tinggi, profit besar, nilai saham tinggi) serta pencapaian prestasi pribadi, boleh jadi kebijakan CSR hanya sekadar kosmetik. mengungkapkan bahwa saat ini tingkat pelaporan dan pengungkapan CSR di Indonesia masih relatif rendah. Selain itu, apa yang dilaporkan dan diungkapkan sangat beragam, sehingga menyulitkan pembaca laporan tahunan untuk melakukan evaluasi. Pada umumnya yang diungkapkan adalah informasi yang sifatnya positif mengenai perusahaan. Laporan tersebut menjadi alat public relation perusahaan dan bukan sebagai bentuk akuntabilitas perusahaan ke publik. Dan hingga kini belum terdapat kesepakatan standar pelaporan CSR yang dapat dijadikan acuan bagi perusahaan dalam menyiapkan laporan CSR **(Herawati, 2015)**.

Tanggung jawab sosial masih diposisikan secara marginal, dan cenderung kurang memiliki apresiasi secara tepat. Konteks seperti itu terjadi, paling tidak dipicu oleh kondisi, yaitu masih belum seragam dan jelas batasan tanggungjawab sosial, sikap oportunis perusahaan terlebih social responsibility mengandung biaya yang cukup besar yang belum tentu memiliki relevansi terhadap pencapaian tujuan yang bersifat economic motive, kurang respon stakeholder sehingga kurang menciptakan social control meskipun masyarakat merupakan social agent, dukungan tata perundangan yang masih lemah, standar operasional yang kurang jelas, dan belum jelasnya ukuran evaluasi **(Rifqiyah, 2016)**.

Corporate social responsibility (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan CSR perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, social, dan lingkungan .Corporate social responsibility (CSR) tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada single bottom line, yaitu nilai perusahaan (corporate value) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (financial) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada triple bottom lines yaitu selain kondisi keuangan (financial) ada hal lain yang harus diperhatikan yaitu berupa sosial dan lingkungan, karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (sustainable). Di Indonesia, komitmen perusahaan untuk menerapkan CSR sudah menjadi sebuah keharusan sebagai mana dengan Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 tahun 2007 Pasal 74 ayat 1 menyebutkan bahwa Perseroan Terbatas yang menjalankan usaha di bidang dan/atau bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selain itu pada Undang-Undang no. 25 tahun 2007 pasal 15 (b) menyatakan bahwa setiap penanaman modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial korporat. Pada UU PT No.40 tahun 2007 pasal 66 ayat (2) juga menyebutkan bahwa semua perseroan wajib untuk melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial tersebut di laporan tahunan. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk menerapkan CSR dalam program kerjanya dan mengungkapkan laporan pertanggung jawab sosialnya pada laporan tahunan perusahaan(Annisa & Nazar, 2015).

Implementasi atas peran tanggung jawab sosial tersebut diatur dalam pasal 74 UU Nomor 40 Tahun 2007, dan pelaksanaannya harus dilaporkan dalam laporan tahunan perusahaan (pasal 66 ayat 2c). Tanggung jawab sosial dan lingkungan juga diatur dalam UU Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal terkait dengan perusahaan yang terdaftar di pasar modal. Namun peraturan-peraturan pemerintahan tersebut tidak memberikan

pedoman.khusus mengenai bagaimana dan informasi apa saja yang harus dilaporkan mengenai kegiatan CSR, sehingga pengungkapan mengenai informasi CSR di Indonesia masih dirasa kurang. Berbagai alasan perusahaan dalam melakukan pengungkapan informasi CSR secara sukarela diteliti dalam penelitian sebelumnya, diantaranya adalah karena untuk menaati peraturan yang ada, untuk memperoleh keunggulan kompetitif melalui penerapan CSR, dan memenuhi ekspektasi masyarakat, untuk melegitimasi tindakan perusahaan, dan untuk menarik investor(Aini, 2015).

Pada era globalisasi saat ini, perusahaan harus berusaha untuk terus berinovasi dan meningkatkan strategi agar mampu bersaing. Inovasi dilakukan demi menjaga keberlangsungan hidup perusahaan dan juga sebagai upaya perusahaan dalam meningkatkan kinerjanya. Salah satu strategi dalam meningkatkan kinerja perusahaan adalah dengan melakukan kegiatan yang memberikan manfaat atau dampak positif tidak hanya untuk perusahaan, tetapi juga masyarakat sebagai bagian dari stakeholder. Kegiatan tersebut adalah tanggung jawab sosial atau corporate social responsibility (CSR). Penerapan CSR dinilai sangat penting untuk menjadi bagian dari strategi perusahaan. mengungkapkan bahwa alasan perusahaan melibatkan diri dalam kegiatan CSR adalah untuk membangun citra perusahaan, mendapatkan legitimasi, beradaptasi dengan peluang, mendapatkan perlindungan terhadap tantangan dan ancaman eksternal serta dapat memaksimalkan laba perusahaan. Penerapan CSR di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas serta Peraturan Pemerintah Nomor 47 tahun 2012 pasal 47 terkait dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas. Pengungkapan CSR muncul seiring dengan earning management yang dilakukan oleh manajer. Pengungkapan CSR digunakan sebagai strategi pertahanan diri untuk mengantisipasi ketidakpuasan stakeholder terhadap kinerja perusahaan yang kurang memuaskan. Strategi tersebut digunakan sebagai upaya dalam mempertahankan reputasi perusahaan dan secara pribadi dapat melindungi karir manajer .

mengatakan bahwa strategi untuk menjaga hubungan dan mendapatkan dukungan dari stakeholder adalah dengan memanipulasi pendapatan menggunakan kegiatan CSR. juga menemukan bahwa dalam jangka panjang pengaruh antara earning management dan CSR akan berdampak pada kinerja keuangan perusahaan Hubungan yang kuat dengan beberapa stakeholder, klien, dan masyarakat merupakan bagian dari ruang lingkup CSR. Beberapa aspek penting CSR telah menjadi objek penelitian, seperti konseptualisasi, pengungkapan, dan kemungkinan adanya hubungan antara CSR dan kinerja keuangan perusahaan . Dari survei terbaru, terdapat 100 perusahaan besar dari 45 negara yang menunjukkan bahwa sekitar 56% perusahaan mengungkapkan informasi terkait aktivitas tanggung jawab sosial (CSR) di laporan keuangan mereka, sementara pada tahun 2011 pengungkapannya sekitar 20% dan tahun 2008 hanya sekitar 8% saja (Ang & Murhadi, Werner R, 2019).

This traditional approach cannot be separated from proxy, such as sales turnover asset and capital (ROA and ROE), company growth, etc. Then, the effort to upgrade performance is did in a lot of ways, such as implementation of CSR. A company that active to implement CSR programs can improve financial performance of the company. Forge (2016) defined CSR as an important science for people's lives in the world. Rhou et al. (2016) said that CSR as communication form by allocation company resource which is no relevancy with company profit but it is was company's donation or contribution to environment, the purpose of Implementation of CSR integrated economic, social, and ecological balance from company operational (Syamni, 2016).

Dewasa ini, CSR semakin marak diterapkan oleh perusahaan diseluruh belahan dunia. Banyak perusahaan telah melaksanakan kegiatan CSR dan dengan sukarela membuat laporan dari kegiatan CSR yang telah dilakukan. Di Indonesia, praktik CSR semakin menguat terutama setelah diberlakukan UU No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) pasal 1 point 3 yang menyebutkan bahwa PT yang menjalankan usaha di bidang dan/atau bersangkutan

dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan(Aini, 2015).

Pertanggung jawaban sosial sangat dibutuhkan oleh perusahaan-perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya yang didasarkan pada karakteristik- karakteristik yang ada dalam perusahaan tersebut. Karakteristik perusahaan dapat dilihat dari beberapa faktor seperti umur perusahaan, ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, tipe industri dan sebagainya. Dari karakteristik- karakteristik perusahaan tersebut dapat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pengungkapan yang akan dilakukan oleh perusahaan dalam laporan tahunannya. Pengungkapan sosial yang terdapat di dalam laporan tahunan tersebut dapat membantu masyarakat untuk mengetahui keadaan perusahaan dan aktivitas apa saja yang dilakukan perusahaan dalam memenuhi tanggung jawab sosialnya (Tipe, 2019).

Ada beberapa hal yang menjadi alasan mengapa pengungkapan CSR di laporan keuangan menjadi isu penting pada beberapa tahun terakhir ini. Berikut ini beberapa hal yang menjadi alasan perusahaan-perusahaan di suatu negara melakukan pengungkapan CSR seperti yang dipaparkan oleh(Ramadhani, 2015) adalah isu tentang hak asasi manusia dan globalisasi merupakan dua alasan mengapa perusahaan-perusahaan di Australia melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan negara- negara Uni Eropa menjadikan pengungkapan CSR sebagai laporan yang diprioritaskan demi mencapai salah satu tujuan strategisnya(Ramadhani, 2015).

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan untuk menjamin terpenuhinya kewajiban jangka pendek yang dimiliki perusahaan, yaitu dengan cara membagi total asset lancar dengan total utang lancar perusahaan maka akan didapatkan prosentase seberapa besar kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. menyatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara likuiditas terhadap CSR (Kurniawan & Harimurti, 2018).

Penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab social di Indonesia memunculkan hasil yang beragam dan menarik untuk dikaji lebih dalam. dalam penelitiannya menunjukkan bahwa size (ukuran perusahaan), leverage, dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. dalam penelitiannya menunjukkan bahwa komite audit berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR (Ainun Nadifah Norma Sari, 2017).

Profitabilitas dapat diproksikan dengan Return on Asset (ROA), ROA adalah rasio yang menunjukkan perbandingan antara laba (sebelum pajak) dengan rata-rata aset. Rasio ini menunjukkan tingkat efisiensi pengelolaan aset yang dilakukan oleh bank bersangkutan (Dhiyaul-haq & Santoso, 2016). perusahaan dengan profit yang lebih tinggi memiliki kecenderungan untuk melakukan intervensi kebijakan, termasuk dalam pengungkapan tanggung jawab sosial. Sesuai penelitian yang dilakukan (Dhiyaul-haq & Santoso, 2016) menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan antara ROA terhadap pengungkapan ISR. Berdasarkan (Dhiyaul-haq & Santoso, 2016).

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang merupakan hasil bersih dari kebijakan-kebijakan manajemen, baik dalam mengelola likuiditas, aset ataupun utang perusahaan. Profitabilitas perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut, dengan kata lain profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas rendah akan lebih berfokus terhadap perbaikan kinerja ekonomi mereka dan memberikan perhatian yang rendah terhadap lingkungan. Ukuran perusahaan merupakan karakteristik suatu perusahaan dalam hubungannya dengan struktur perusahaan. Ukuran perusahaan juga dapat diprediksi mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan oleh perusahaan. Perusahaan besar pada umumnya memiliki jumlah aset yang besar, penjualan

yang besar, skill karyawan yang baik, sistem informasi yang canggih, jenis produk yang banyak, sehingga memungkinkan tingkat pengungkapan yang lebih luas (**Janra, 2015**).

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba selama periode tertentu, yang dapat mempengaruhi perusahaan dalam mengungkapkan CSR. bahwa perusahaan di Indonesia akan meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial ketika memperoleh profit yang tinggi, sehingga semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba semakin tinggi juga tingkat pengungkapan CSR. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan ketersediaan dana yang lebih untuk melaksanakan CSR dan mengungkapkannya, sebagai bukti akuntabilitas kepada stakeholder dan meyakinkan bahwa aktivitas perusahaan sesuai dengan norma dan nilai sosial yang berlaku di masyarakat (**Mirza Nurdin Nugroho, 2015**).

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri. Meek et. al. (1995) menyatakan bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi memiliki sumber daya yang lebih banyak untuk melakukan pengungkapan lingkungan. Hubungan pertumbuhan perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dapat dikaitkan dengan pertimbangan investor dalam menanamkan investasinya (**Aini, 2015**).

Ukuran perusahaan menunjukkan tingkat kepemilikan aset perusahaan, yang berpengaruh pada pandangan pemerintah, stakeholders, dan masyarakat terhadapnya. Perusahaan dengan aset yang besar tentu akan semakin dikenal masyarakat dan dituntut untuk melaporkan tanggungjawab sosial dan lingkungannya. Penelitian terdahulu terkait hubungan ukuran perusahaan dengan pengungkapan lingkungan memperoleh hasil beragam, yang memperoleh hasil bahwa kedua variabel tersebut berhubungan, justru mendapatkan hasil yang berlawanan, bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada Environmental Disclosure (**Ni Kadek Dwi Nana Ulan Noviani, 2017**).

Perusahaan besar sangat menarik bagi kelompok yang berbeda di masyarakat, dan mereka juga berada di bawah tekanan untuk mengungkapkan CSR untuk melegitimasi kegiatan mereka; oleh karena itu, ada hubungan positif yang signifikan antara pengungkapan CSR dan ukuran perusahaan. Sebagai contoh menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara ukuran perusahaan dan tingkat pengungkapan sosial dan lingkungan. Dengan kata lain, pengungkapan informasi lingkungan dan sosial oleh perusahaan besar Iran lebih dari pada perusahaan kecil. Faktanya, perusahaan besar menderita tekanan sosial yang lebih besar dan perlu melegitimasi kegiatan mereka di masyarakat; selain itu, perusahaan besar sering menggunakan alat seperti pengungkapan informasi lingkungan dan sosial untuk mengurangi biaya politik. (2017) juga menunjukkan bahwa perusahaan minyak dan gas penghasil uang terbesar dan terbesar tertarik untuk menerbitkan laporan CSR paling lengkap. Berdasarkan dokumentasi di negara berkembang yang disebut Romania, Badulescu et al. (2018) menyimpulkan bahwa ada hubungan positif antara ukuran perusahaan dan pengungkapan CSR. Dengan kata lain, semakin muda perusahaan, semakin kecil kemungkinan terlibat dalam CSR (Salehi et al., 2019).

Profitabilitas merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Kinerja keuangan atau profitabilitas merupakan suatu faktor yang dilihat oleh calon investor untuk menentukan investasi saham. Dimana, peningkatan laba akan memberikan sinyal positif kepada investor bahwa perusahaan tersebut profitable dan diharapkan mampu untuk memberikan kesejahteraan kepada pemegang saham, kemampuan perusahaan untuk membayar dividen juga akan semakin tinggi, harga saham perusahaan akan semakin meningkat dan juga dengan meningkatnya laba, perusahaan tersebut diharapkan dapat melakukan CSR sehingga dengan melakukan CSR maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Hubungan profitabilitas dalam memoderasi CSR terhadap nilai perusahaan dapat

dijelaskan melalui hasil penelitian yang menunjukkan bahwa profitabilitas mampu memperkuat pengaruh pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut bertentangan dengan menemukan bahwa profitabilitas sebagai variabel moderasi tidak dapat memperkuat hubungan antara Corporate Social Responsibility dengan nilai perusahaan (**Alfonsia Klofilda Suryati, Agus Wahyudi Salasa Gama2, 2019**).

Perusahaan yang menguntungkan mencoba menunjukkan kontribusinya bagi kesejahteraan masyarakat melalui pengungkapan tanggung jawab sosial. Harus ada semacam korelasi antara keuntungan dan tujuan sosial lainnya, dan pengakuan yang adil terhadap masalah sosial mungkin memiliki efek positif pada jangka pendek, fungsi jangka panjang dan jangka panjang organisasi. diharapkan bahwa pengungkapan sosial dan lingkungan berhubungan positif dengan kinerja perusahaan. Saya meneliti dampak CSR lingkungan (tanggung jawab iklim dan pemanfaatan sumber daya alam) terhadap reputasi perusahaan / merek dan profitabilitas perusahaan. Hasil penelitian mereka membuktikan bahwa CSR lingkungan secara positif terhubung dengan reputasi perusahaan / merek dan profitabilitas bisnis (Salehi et al., 2019).

Bagian 1503 dari Dodd-Frank Act mengharuskan perusahaan yang terdaftar SEC untuk memasukkan informasi mengenai kinerja keselamatan ranjau dalam laporan keuangan mereka. Dalam makalah ini, kami menguji efek nyata (yaitu, perubahan dalam kutipan terkait pertambangan, cedera, dan produktivitas tenaga kerja) dari inklusi wajib pengungkapan keselamatan tambang dalam laporan keuangan ("MSD") dari 151 perusahaan yang terdaftar di SEC. yang kepemilikannya atas tambang AS membuat mereka tunduk pada Bagian 1503 undang-undang Dodd-Frank (Christensen, Floyd, Liu, & Maffett, 2017).

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba atau ukuran dari efektifitas pengelolaan manajemen perusahaan. Perusahaan memiliki tanggung jawab

terhadap stakeholders untuk melaporkan secara transparan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Salah satu hal yang harus diungkapkan atau dilaporkan pada stakeholders adalah pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Pernyataan tersebut merupakan pernyataan berdasarkan dari teori stakeholders. Perusahaan yang telah menjalankan tanggung jawabnya dalam mengungkapkan tanggung jawab social perusahaan berkemungkinan mengalami kenaikan nilai perusahaan. Kenaikan nilai perusahaan ini dianggap sebagai dampak dari reaksi positif dari pasar karena perusahaan telah mengungkapkan tanggung jawan social perusahaan(Ayu, Rita, Ekonomi, Ekonomi, & Udayana, 2019).

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sehingga mampu meningkatkan nilai pemegang saham perusahaan. Profitabilitas yang tinggi, akan memberikan kesempatan yang lebih kepada manajemen dalam mengungkapkan serta melakukan program CSR. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan informasi sosial. Penelitian yang berhasil membuktikan hubungan positif antara variabel profitabilitas dan luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan tetapi, penelitian menunjukkan adanya hubungan yang tidak signifikan antara profitabilitas dengan luas pengungkapan CSR.Ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi luas pengungkapan dalam laporan keuangan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Beberapa penelitian yang berhasil membuktikan hubungan positif antara variabel ukuran perusahaan dan luas pengungkapan tanggung jawab sosial antara lain dilakukan. Tetapi tidak semua penelitian mendukung hubungan antara ukuran perusahaan dengan luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Ada juga penelitian yang tidak berhasil menunjukan hubungan positif antar kedua variabel tersebut (Tipe, 2019).

Profitabilitas adalah rasio untuk mengukur kemampuan entitas dalam menghasilkan laba pada tingkat penjualan, aset dan modal selama periode tertentu. Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial (**Rina Mudjiyanti, 2017**).

Profitabilitas adalah faktor yang membuat manajemen bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial kepada pemegang saham. Jadi semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, semakin besar pengungkapan informasi sosial. hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial adalah bahwa ketika suatu perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) tidak perlu melaporkan mempertimbangkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang kesuksesan finansial. Sebaliknya ketika tingkat profitabilitas perusahaan yang rendah akan berharap bahwa pengguna akan membaca laporan "kabar baik" kinerja perusahaan (**Hatta, 2016**).

Ukuran perusahaan juga dapat dikaitkan pengaruhnya terhadap corporate social responsibility. Perusahaan yang memiliki ukuran yang lebih besar dianggap memiliki kemampuan untuk bertahan yang lebih baik daripada perusahaan dengan ukuran yang kecil. Hal ini disebabkan semakin besar suatu perusahaan, maka semakin besar pula sumberdaya yang dimiliki perusahaan tersebut. Akibat dari besarnya sumber daya tersebut perusahaan akan semakin banyak berhubungan dengan stakeholder, sehingga perusahaan dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial juga lebih luas. Struktur. Dewan komisaris merupakan pengawas bagi manajemen dalam perusahaan, jadi semakin besar jumlah dewan komisaris dalam suatu perusahaan maka semakin besar tekanan terhadap manajemen yang

akan megakibatkan semakin tinggi pengungkapan tanggung jawab sosialnya (**APRILLIANI, 2017**).

Ada beberapa penjelasan mengenai pengaruh ukuran perusahaan (Ukuran) pada kualitas ekspresi, tetapi pada kenyataannya dasar teoritis dari efek ukuran ini kurang jelas. Namun, berbagai studi empiris telah dilakukan menunjukkan bahwa pengaruh total aset hampir selalu konsisten dan signifikan secara statistik. Beberapa penjelasan yang mungkin menjelaskan fenomena ini adalah bahwa perusahaan besar memiliki biaya informasi yang lebih rendah; perusahaan besar juga memiliki kompleksitas dan basis kepemilikan yang lebih luas daripada perusahaan kecil, Ukuran adalah perusahaan variabel independen yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi dalam pengungkapan laporan keuangan perusahaan(**Hatta, 2016**).

Dewan Komisaris ditugaskan untuk menjamin implementasi strategi perusahaan, mengawasi manajemen dalam mengelola perusahaan, serta mensyaratkan pelaksanaan akuntabilitas. Dewan Komisaris merupakan faktor penting dari mekanisme tata kelola perusahaan(Lidyah, Amir, Yacob, & Rahayu, 2019).menemukan bahwa ada pengaruh Dewan Direktur dan Komisaris perusahaan. adanya pengaruh antara jumlah anggota Direksi perusahaan. menunjukkan tidak ada pengaruh antara jumlah Direksi dan Komisaris perusahaan(Lidyah et al., 2019).

Komposisi Dewan Komisaris bersifat Independen. Keberadaan Komisaris independen di Bank Syariah publik dapat meningkatkan perlindungan untuk kepentingan pelanggan, khususnya para pemilik dana Bupati dan pemegang saham minoritas serta untuk menghindari konflik kepentingan dalam pelaksanaan tugas serta berkontribusi secara efektif terhadap hasil proses penyusunan laporan keuangan berkualitas atau kemungkinan melarikan diri dari kecurangan laporan keuangan. Semakin besar ukuran Dewan Komisaris, semakin besar jumlah Dewan Komisaris maka semakin baik kontrolnya. Adanya pengawasan yang baik

maka diharapkan pengungkapan ISR akan semakin luas karena dapat meminimalkan informasi yang mungkin disembunyikan oleh manajemen(Chen, Hung, & Wang, 2018).

Usia perusahaan dapat menjadi faktor penting dalam menentukan pengungkapan CSR. Untuk pertama kalinya variabel usia perusahaan adalah salah satu faktor yang berpotensi mempengaruhi tingkat pengungkapan. Berdasarkan fakta bahwa perusahaan yang lebih tua telah memperluas prosedur pelaporan keuangan mereka selama bertahun-tahun. Mengenai dampak positif yang mungkin dari usia perusahaan pada CSR, dikemukakan bahwa perusahaan yang lebih muda dapat, karena pertimbangan kompetitif, memilih untuk tidak mengungkapkan informasi seperti pengeluaran R&D, pengeluaran modal, dan biaya pengembangan produk (Salehi et al., 2019).

Laporan keuangan merupakan suatu alat yang digunakan oleh manajemen untuk melakukan pertanggungjawaban kinerja ekonomi perusahaan kepada investor, kreditur, dan pemerintah. Laporan keuangan dapat dikelompokkan dalam pengungkapan yang sifatnya wajib (mandatory disclosure) dan pengungkapan yang sifatnya sukarela (voluntary disclosure), pengungkapan wajib merupakan ketentuan yang harus diikuti oleh setiap perusahaan atau institusi yang berisi tentang hal-hal yang harus dicantumkan berdasarkan standar yang berlaku. Sedangkan pengungkapan yang bersifat sukarela ini tidak disyaratkan oleh standar, tetapi dianjurkan dan akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan yang melakukannya (**Rina Mudjiyanti, 2017**).

Ukuran adalah jumlah komisaris. Terkait dengan ukuran dewan komisaris, menyatakan bahwa semakin besar jumlah komisaris, akan lebih mudah untuk mengontrol dan memonitor yang dilakukan oleh CEO akan lebih efektif. Terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan pada manajemen juga akan lebih cenderung untuk mengekspresikannya(**Hatta, 2016**).

menguji pengaruh usia perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini menggunakan laporan dan laporan keuangan yang dipublikasikan dari 55 perusahaan yang terdaftar di sektor manufaktur Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usia perusahaan tidak berpengaruh terhadap implementasi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. menyelidiki karakteristik perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di antara perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Saudi. Studi ini membuat indeks pengungkapan untuk mengukur informasi tanggung jawab sosial perusahaan yang diungkapkan oleh perusahaan yang diteliti karena para peneliti mengatakan tidak ada indeks pengungkapan yang diterima secara umum. Namun Global Reporting Initiative (GRI) adalah standar yang paling diterima dan diterapkan untuk panduan dan pelaporan tanggung jawab perusahaan. Studi ini menemukan hubungan positif antara usia perusahaan dan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan (Okoye & Adeniyi, 2018).

Company size shows the company's capacity based on assets owned. Large companies have a more complex management system and obtain high profits than small companies. The size of the company affects the level of political costs faced so that it will affect the application of conservative accounting. Political costs include the costs of transfer of wealth that must be borne by the company related to antitrust actions, regulations, government subsidies, taxes, tariffs, labor demands and so on. Large companies that obtain high operating profits will pay high taxes as well. The government also asked companies to improve public services and social responsibility to the community. Therefore, large companies tend to report lower profits by doing conservative accounting (Thomas & Indriaty, 2020).

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang diatas maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Pengungkapan informasi sosial dalam suatu perusahaan ini menjadi penting karena perusahaan perlu menyampaikan informasi mengenai aktivitas sosial dan perlindungan terhadap lingkungan kepada stakeholder perusahaan.
2. Perusahaan tidak hanya menyampaikan informasi mengenai keuangan kepada investor dan kreditor yang telah ada serta calon investor atau kreditor perusahaan, tetapi juga perlu memperhatikan kepentingan sosial di mana perusahaan beroperasi.
3. Perusahaan dan masyarakat adalah pasangan hidup yang saling memberi dan membutuhkan.
4. Rendahnya kemampuan perusahaan bertindak dengan cepat dan inovatif dalam menghadapi gelombang pasar yang tidak menentu.
5. Banyaknya perusahaan yang tidak mengelola limbahnya dengan baik yang menyebabkan terjadinya kerusakan lingkungan.
6. Belum banyak perusahaan yang secara sukarela memberikan informasi secara transparan mengenai aktifitas yang dilakukannya kepada masyarakat.
7. Perusahaan tidak secara cepat menanggapi untuk melakukan penanggulangan ketika pencemaran lingkungan terjadi.
8. Banyaknya perusahaan yang tidak menerbitkan dokumen pengelolaan lingkungan mereka.
9. Perusahaan terus menerus melakukan pencemaran, yang menyebabkan dapat menurunkan perekonomian perusahaan.
10. Perusahaan yang tidak bertanggung jawab terhadap lingkungan, citra mereka di mata masyarakat menjadi negatif.

1.3 Batasan Masalah

1. Penelitian ini hanya mengambil sampel yang diambil dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2015-2019

2. Variabel independen yang akan diteliti didalam penelitian ini adalah faktor yang mempengaruhi indeks pengungkapan CSR yaitu ;
 - A.Pengungkapan Informasi social atau CSR pada profitabilitas
 - B.Pengungkapan Informasi social atau CSR pada ukuran perusahaan
 - C.Pengungkapan Informasi social atau CSR pada umur perusahaan
 - D.Pengungkapan Informasi social atau CSR pada dewan komisaris
 - E.Pengungkapan Informasi social atau CSR pada laporan keuangan tahunan 2015-2019

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah diatas dapat dirumuskan masalah yang ada, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan informasi sosial/csr dalam laporan tahunan perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun dari 2015-2019 ?
2. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan informasi sosial/csr dalam laporan tahunan perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia 2015-2019 ?
3. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan informasi sosial/csr dalam laporan tahunan perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia 2015-2019?
4. Bagaimana pengaruh umur perusahaan terhadap pengungkapan informasi sosial/csr dalam laporan tahunan perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia 2015-2019?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian :

1. Mengetahui pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan informasi sosial/csr dalam laporan tahunan perusahaan manufaktur

2. Mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan informasi sosial/csr dalam laporan tahunan perusahaan manufaktur.
3. Mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan informasi sosial/csr dalam laporan tahunan perusahaan manufaktur
4. Mengetahui pengaruh umur perusahaan terhadap pengungkapan informasi sosial/csr dalam laporan tahunan perusahaan manufaktur.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Bagi pihak perusahaan / Manajemen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk pengambilan kebijakan oleh manajemen perusahaan mengenai pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan dalam laporan keuangan yang disajikan.

2. Bagi Investor dan Calon Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang laporan keuangan tahunan sehingga dijadikan sebagai acuan untuk pembuatan keputusan investasi.

3. Bagi Peneliti Lain

Memberikan stimulus sebagai pengontrol atas perilaku perusahaan. Selain itu, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.