BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap kualitas laba merupakan hal yang menarik dan penting sebagai topik penelitian. Sesuai peraturan perundang-undangan, perusahaan wajib melaksanakan tanggung jawab sosialnya, namun masih ada perusahaan yang tidak melaksanakan kewajiban tersebut dengan benar. Hal ini dapat dilihat melalui tidak adanya pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan atau tidak menerbitkan laporan keberlanjutan. Serta ada pula yang mengungkapkan tanggung jawab sosialnya tidak sepenuh hati, yang dapat dilihat dari perusahaan hanya melaksanakan sedikit kegiatan tanggung jawab sosial atau hanya menyatakan dana yang dikeluarkan tanpa adanya rincian yang jelas terkait kegiatan-kegiatan CSR yang dilakukan. Padahal pengungkapan penting dilakukan perusahaan sebagai strategi dan sarana menginformasikan kinerja perusahaan kepada seluruh pemangku kepentingan. Jika perusahaan mengungkapkan kinerja CSR yang baik maka *image* atau reputasi perusahaan semakin baik, dan pendapatan perusahaan juga semakin meningkat. Peningkatan pendapatan atau laba perusahaan yang berkelanjutan merupakan suatu karakteristik laba yang berkualitas.

Laba dapat diartikan sebagai alat pengukur tingkat keberhasilan manajemen suatu perusahaan dalam menjalankan usahanya. Kualitas laba merupakan indikator dari kualitas informasi keuangan. Tingginya kualitas informasi keuangan berasal dari tingginya kualitas pelaporan keuangan. Perusahaan-perusahaan yang

menjalankan *Corporate Social Responsibility* yang baik dan bertanggung jawab diharapkan dapat menyajikan laporan keuangan yang transparan dan berkualitas, sehingga dapat memfasilitasi para pengguna laporan keuangan dalam pengambilan keputusan. Skandal akuntansi yang berkaitan dengan kualitas informasi keuangan, yakni seperti kasus yang terjadi pada perusahaan multinasional yaitu kasus Enron, World Com, Xerox dan perusahaan nasional seperti Kimia Farma dan Lippo Bank.

Kualitas laba dapat diartikan dari berbagai sudut pandang (Dechow & Schrand, 2004; Karim dkk, 2019). Dalam penelitian mereka, definisi kualitas laba dibatasi pada sudut pandang analis keuangan yang bertujuan untuk menilai kinerja perusahaan agar dapat mengukur sejauh mana kinerja periode ini bisa mempengaruhi kinerja periode berikutnya. Dari sudut pandang ini, nilai kualitas laba yang dianggap tinggi adalah nilai yang mencerminkan kinerja operasional perusahaan, merupakan indikator kinerja operasional di periode selanjutnya, dan merupakan ukuran yang bisa digunakan untuk menilai firm value (nilai perusahaan).

Bellovary et al. (2005) mendefinisikan kualitas laba sebagai kemampuan laba dalam merefleksikan kebenaran laba perusahaan dan membantu memprediksi laba mendatang, dengan mempertimbangkan stabilitas dan persistensi laba (dalam Surifah, 2010:33). Secara umum, kualitas laba adalah penilaian sejauh mana suatu laba dapat diperoleh berulang-ulang, dapat dikendalikan, dan dapat menggambarkan profitabilitas perusahaan secara nyata.

Berbagai pihak atau para pemakai laporan keuangan tentunya mengharapkan laporan keuangan yang mencerminkan kualitas laba yang tinggi, karena akan

dipergunakan untuk pengambilan keputusan guna keberhasilan dan keberlanjutan suatu bisnis. Menurut Scott (2012) dalam Karim dkk (2019), kualitas laba yang tinggi bisa digunakan untuk memprediksi kinerja, dan kualitas laba yang rendah tidak bisa digunakan untuk memprediksi kinerja.

Tinggi dan rendahnya tingkat kualitas laba perusahaan dapat dinilai dari manajemen laba, kedekatan laba dengan aliran kas operasional, dan persistensi laba (Gabrielle Pramono, 2017). Keputusan yang diambil berdasarkan kepentingan manajemen akan mendorong manajemen melakukan manajemen laba, semakin besar manajemen laba yang dilakukan maka semakin rendah kualitas laba. Kedekatan laba dengan aliran kas operasional dapat diukur dengan rasio kas operasi dengan laba, dimana semakin dekat laba dengan kas operasi menunjukan laba yang semakin berkualitas. Persistensi laba adalah laba yang berkelanjutan, dimana laba yang dihasilkan menunjukan kualitas yang baik atau tinggi apabila laba tersebut dapat dihasilkan terus menerus, secara berulang-ulang, dan mengalami peningkatan secara bersinambung.

Laba dengan kualitas yang rendah tidak menunjukkan informasi yang sebenarnya tentang kinerja manajemen pada periode tersebut sehingga dapat menyesatkan pihak pengguna laporan perusahaan. Jika laba dengan kualitas yang rendah tersebut digunakan oleh investor untuk membentuk nilai pasar perusahaan, maka laba tersebut tidak dapat menunjukan nilai pasar perusahaan yang sebenarnya.

Suatu hal yang penting untuk diketahui adalah bahwa tidak ada ukuran pasti atau paling tepat dalam mengukur kualitas laba dari suatu laporan keuangan. Yang ada hanya merupakan pendekatan untuk memproksikan kualitas laba tersebut. A.J

Aziz dan D.A Faisol (2018) meneliti pengaruh *Corporate Social Responsility* terhadap Kualitas Laba yang diproksikan dengan *conditional revenue model*, *accrual persistence*, dan *quality of accruals*. Mereka menyimpulkan tingkat CSR yang baik cenderung tidak terlibat aktivitas manajemen laba, memiliki nilai yang masih harus lebih persisten, dan kualitas akrual yang lebih baik. Sedangkan Isabel-Maria dan Emma Garcia-Meca (2017) meneliti keterikatan CSR dengan Kualitas Laba yang diproksikan *earnings persistence* dan prediktabilitas arus kas, dengan hasil penelitian adalah komitmen terhadap praktik CSR meningkatkan persistensi laba serta prediktabilitas arus kas.

Penelitian-penelitian terdahulu yang menganalisis hubungan CSR dengan kualitas laba, menggunakan pendekatan yang berbeda-beda dan hasil penelitiannya pun beragam. Ini merupakan salah satu alasan peneliti untuk melaksanakan penelitian lanjutan tentang pengaruh pengungkapan CSR terhadap kualitas laba perusahaan. Dimana untuk mengukur kualitas laba, peneliti memilih menggunakan pendekatan *accrual persistence* dikarenakan pendekatan ini masih sangat jarang digunakan dan disarankan oleh peneliti terdahulu.

Corporate Social Responsibility (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan adalah suatu bentuk tanggung jawab dari pihak perusahaan berkaitan dengan lingkup ekonomi, masyarakat, dan lingkungan. Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) diterapkan dan diungkapkan untuk memenuhi harapan *stakeholders* terhadap perusahaan dan juga untuk memenuhi kepentingan *stakeholders* guna pengambilan keputusan. *Stakeholders* adalah pihak-pihak yang memiliki kepentingan di dalam perusahaan, diantaranya: pemegang saham,

pemasok, bank, konsumen, pesaing, pemerintah, karyawan, masyarakat dan lingkungan.

Kewajiban dalam pelaksanaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia telah diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia disebut dengan istilah Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Dalam Pasal 1 Ayat 3 UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, disebutkan bahwa Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Kewajiban dalam melaksanakan *Corporate Social Responsibility* juga dinyataan oleh Yi-Chun Chen (2017), dimana fokus global yang berkembang pada keberlanjutan ekonomi dan lingkungan telah memicu tren yang mengharuskan perusahaan untuk mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) mereka.

Corporate Social Responsibility sangat erat kaitannya dengan "pembangunan berkelanjutan". Pembangunan berkelanjutan adalah suatu proses pembangunan yang dapat memanfaatkan sumber daya dengan sebaik-baiknya dan melaksanakannya secara tertib dan terencana. Ketika sebuah perusahaan melakukan aktivitas dan membuat keputusan, itu harus didasarkan tidak hanya pada faktor keuangan, tetapi juga pada konsekuensi sosial dan lingkungan saat ini dan jangka

panjang. Kurnia et al (2020) menyatakan bahwa program tanggung jawab sosial perusahaan merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Pembangunan berkelanjutan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengancam kemampuan generasi penerus untuk memenuhi kebutuhannya. Dengan menerapkan CSR pada konsep pembangunan berkelanjutan di dalam perusahaan, hal ini akan memudahkan perusahaan untuk melaksanakan rencana dan memasukkannya ke dalam strategi bisnis.

Perusahaan akan sangat dikenal dan memiliki image atau reputasi yang baik jika memaksimalkan program tanggung jawab sosialnya, baik dari segi kinerja ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat, dan produk. Kategori atau indikator ekonomi dapat berupa memperkerjakan masyarakat lokal, membangun infrastruktur, dan lain-lain. Kategori lingkungan dapat berbentuk pengurangan konsumsi energi, pengelolaan kawasan keanekaragaman hayati, penggunaan bahan daur ulang, dan pengelolaan limbah. Tanggung jawab dalam praktek ketenagakerjaan dapat berupa pemberian tunjangan, pelatihan, dan pengelolaan risiko kesehatan dan keselamatan kerja. Tanggung jawab dalam masyarakat adalah mengadakan pelatihan, program pengembangan masyarakat lokal, dan tindakan atas insiden korupsi. Tanggung jawab atas produk dapat berupa kepatuhan terhadap peraturan kesehatan dan keselamatan dari produk, mematuhi peraturan promosi dan sponsor, dan mengukur kepuasan pelanggan.

Berbagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan akan bersifat mutualisme atau saling menguntungkan karena masyarakat sebagai pihak yang diberikan

fasilitas oleh perusahaan tentu dapat memanfaatkannya dengan baik sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan kelestarian lingkungan. Sedangkan di pihak perusahaan, akan semakin mengenalkan nama perusahaan tersebut dan dinilai baik oleh masyarakat.

Tak jarang pula perusahaan memperoleh penghargaan di bidang CSR yang dapat semakin meningkatkan reputasi perusahaan, seperti PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, PT Combiphar, PT Bhimasena Power Indonesia, dan PT Pembangkitan Jawa Bali yang memperoleh penghargaan inovasi CSR dari *Asia Responsible Entrepreneurship Award* (AREA) 2017. Ada pula penghargaan *Indonesia Corporate Social Responibility Award II* (ICSRAII 2018) yang diperoleh tujuh perusahaan, diantaranya: PT Multi Bintang Indonesia Tbk, PT Bukit Asam (Persero) Tbk, PT Indofood Sukses Makmur, PT Bank CIMB Niaga Tbk, PT Modernland Realty Tbk, PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk, dan PT Bank Rakyat Indonesia Tbk. Pemberian penghargaan merupakan cerminan keberhasilan perusahaan dalam penerapan dan pengungkapan CSR.

Masih banyak implementasi atau kinerja *Corporate Social Responsibility* (CSR) di berbagai perusahaan yang belum efektif. Kim et al. (2012) dalam Sam Ronald et al. (2019) mengklaim bahwa kinerja CSR yang buruk akan menyebabkan risiko yang lebih tinggi. Retnaningsih (2015) menyatakan bahwa konsep CSR memang bagus, namun sayangnya hingga saat ini masih banyak perusahaan yang belum melaksanakannya dengan baik. Masih ada perusahaan-perusahaan yang memandang sebelah mata pentingnya CSR bahkan ada pula yang setengah hati dalam mengimplementasikannya. Tak jarang terjadi, perusahaan hanya

mengungkapkan nilai dana yang digunakan untuk kegiatan CSR, namun tidak mengungkapkan program CSR yang dilaksanakan (tidak terlihat hasil kinerja CSR). Ini merupakan bentuk ketidaktransparan suatu perusahaan.

Berikut ini adalah beberapa contoh kasus pelanggaran atau kegagalan dalam penerapan dan pengungkapan *corporate social responsibility* di Indonesia.

Tabel 1.1

Pelanggaran/Kegagalan dalam Penerapan dan Pengungkapan CSR

Nama Perusahaan	Kasus Pelanggaran/Kegagalan
PT Central Georgette Nusantara Printing (CGNP), 2017	Mesin steam bloiler (ketel uap) pecah, ribuan liter oli tumpah mencemari Sungai Cibingbin yang bermuara ke Waduk Saguling di Desa Laksanamekar, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Menyebabkan 2 hektare lahan sawah yang dikelola 14 petani terancam gagal tanam dan belasan kuintal ikan milik warga banyak yang mati keracunan (mongabay.co.id).
PT Industri Gula Glenmore, 2017	Limbah mencemari Sungai Glenmore yang mengalir ke pesisir selatan Banyuwangi, Jawa Timur, menyebabkan ribuan ikan mati dan gatal-gatal pada warga (kompas).
PT.Freeport Indonesia	Tidak lepas dari konflik berkepanjangan dengan masyarakat lokal, baik berkaitan dengan tanah ulayat, pelanggaran adat, maupun kesenjangan sosial dan ekonomi yang terjadi (kompasiana.com: 2019).

PT Holcim Indonesia Tbk, 2017	Warga demo pabrik semen PT Holcim pada Kamis (26/1/2017), dengan tujuh tuntutan yaitu: program CSR tahun 2016 banyak yang belum diberikan, tidak transparannya perekrutan tenaga kerja, komitmen atas prosedur dan aturan yang telah dibuat, membuat saluran pembuangan air hujan sebab membanjiri sawah warga, merubah lampu di dekat area pertanian karena mempengaruhi hasil panen, mengurangi pencemaran udara/lingkungan terutama debu karena terlalu dekat pemukiman penduduk, dan Scrub besi/ Aval Holcim harus dikelola perkumpulan pengusaha lokal (suarabanyuurip.com).
Perusahaan yang ada di Kabupaten Bekasi, 2019	Kabupaten Bekasi memiliki lebih dari 5.000 perusahaan. Pemerintah belum menerima laporan berapa perusahaan yang memberikan CSR, dananya diberikan dalam bentuk apa, berapa perusahaan yang tidak menyumbangkan CSR, dan sanksinya dijalankan atau tidak.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan, dimana semakin banyak dan semakin bagus kinerja tanggung jawab sosial (CSR) yang diungkapkan oleh perusahaan, maka keberadaan perusahaan dapat diterima dengan baik di masyarakat dan lingkungan, semakin meningkat pula kepercayaan akan produk yang dihasilkan oleh perusahaan, dan masyarakat akan memiliki keinginan untuk membeli atau

menggunakan produk perusahaan tersebut. Semakin laku produk di pasaran maka akan semakin tinggi tingkat penjualan, yang kemudian akan meningkatkan besarnya laba perusahaan. Semakin meningkatnya citra atau reputasi perusahaan dan semakin tingginya kualitas laba pada pelaporan keuangan, tentu akan berdampak pada investor yang berlomba-lomba menanamkan modalnya di perusahaan tersebut dan memudahkan perusahaan mendapatkan tambahan modal dalam bentuk pinjaman. Itulah sebabnya CSR dikatakan dapat memberi keuntungan yang sangat berarti bagi perusahaan dan juga menjaga keberlangsungan bisnisnya.

Peneliti melaksanakan penelitian bukan hanya mengenai pengaruh Pengungkapan CSR secara simultan terhadap kualitas laba, melainkan peneliti juga memfokuskan pada analisis pengaruh secara parsial tiap-tiap kategori *corporate social responsibility* terhadap kualitas laba, sehingga akan diketahui kategori atau indikator apa yang lebih berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kualitas laba. Kategori yang diteliti yaitu: ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, masyarakat, dan produk; yang merupakan kategori pengungkapan CSR berdasarkan standar GRI (*Global Reporting Initiative*). Penelitian dengan menganalisis hubungan secara parsial tiap-tiap kategori masih sangat jarang dilakukan. Beberapa penelitian terdahulu yang memuat sebagian atau keseluruhan kategori CSR sebagai variabel penelitian, antara lain: Nindri Hastuti (2016) menggunakan 6 dimensi CSR pada penelitian Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) Terhadap Nilai Perusahaan; penelitian yang menggunakan 3 kategori CSR yaitu ekonomi, sosial dan lingkungan adalah penelitian Isna Ardilla dan Novi Fadhila (2017) dengan judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility*

Terhadap Profitabilitas dengan GCG sebagai Variabel Moderating; dan penelitian yang menggunakan perspektif lingkungan oleh peneliti Yanuria Rianda (2019) yang berjudul Pengaruh Pengungkapan CSR dalam Perspektif Lingkungan dan Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba.

Peneliti melakukan analisis pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap kualitas laba di perusahaan manufaktur. Mengapa perusahaan manufaktur yang menjadi populasi penelitian? Karena perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang memproses bahan mentah hingga berubah menjadi barang yang siap dipasarkan, yang melibatkan berbagai sumber bahan baku, sumber daya manusia, dan teknologi; dimana dalam kegiatan operasinya, perusahaan tidak dapat dipisahkan dengan masyarakat dan lingkungan. Kegiatan produksi pada perusahaan manufaktur akan menghasilkan limbah yang memungkinkan terjadinya pencemaran. Selain itu, perusahaan mempunyai tenaga kerja di bagian produksi yang erat kaitannya dengan masalah kesehatan dan keselamatan kerja. Sehingga sangat penting adanya tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*).

Hal ini sejalan pula dengan pernyataan Haniffa dan Cooke (2005) yang membuktikan bahwa jenis industri berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, serta perusahaan manufaktur lebih banyak mengungkapkan informasi dibandingkan jenis industri lain karena perusahaan manufaktur lebih banyak memberikan pengaruh atau dampak terhadap lingkungan di sekitarnya akibat dari aktivitas yang dilakukan perusahaan dan

memenuhi segala aspek pada tema pengungkapan CSR (dalam Novrizal & Fitri, 2016:178).

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan di atas, maka peneliti mengambil judul **Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kualitas Laba Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka identifikasi masalah antara lain:

1. Laba dapat diartikan sebagai alat pengukur tingkat keberhasilan manajemen suatu perusahaan dalam menjalankan usahanya. Kualitas laba merupakan indikator dari kualitas informasi keuangan. Tingginya kualitas informasi keuangan berasal dari tingginya kualitas pelaporan keuangan. Perusahaan-perusahaan yang menjalankan *Corporate Social Responsibility* yang baik dan bertanggung jawab diharapkan dapat menyajikan laporan keuangan yang transparan dan berkualitas, sehingga dapat memfasilitasi para pengguna laporan keuangan dalam pengambilan keputusan.
2. Kualitas laba dapat diartikan dari berbagai sudut pandang, sehingga terdapat beberapa pendekatan untuk memproksikan atau mengukur kualitas laba tersebut. Penelitian terdahulu menggunakan pendekatan yang berbeda-beda dan hasil penelitiannya pun beragam.
3. Masih terdapat perusahaan yang tidak memenuhi kewajiban dalam melaksanakan dan mengungkapan *corporate social responsibility*.

4. Beberapa perusahaan dengan setengah hati dalam pengimplementasian dan pengungkapan CSR, sehingga kinerja CSR belum efektif. Hal ini dapat berupa perusahaan yang hanya melaksankan dan mengungkapkan sedikit program CSR, perusahaan yang mengalami kegagalan dan pelanggaran dalam penerapan CSR, dan mengungkapkan dana CSR pada laporan namun tidak ada rincian secara jelas berkaitan dengan program CSR yang dilakukan perusahaan.
5. Kategori ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, masyarakat, dan produk dalam pengungkapan CSR berpengaruh secara simultan terhadap kualitas laba perusahaan manufaktur.
6. Kategori ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, masyarakat, dan produk dalam pengungkapan CSR berpengaruh secara parsial terhadap kualitas laba perusahaan manufaktur.

1.3 Batasan Masalah

Peneliti membatasi penelitian pada pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kualitas Laba Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI pada periode 2017-2019. Pada penelitian ini, *Corporate Social Responsibility* menggunakan enam indikator atau kategori GRI (*Global Reporting Initiative*), yaitu: ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat, dan produk. Untuk kualitas laba, peneliti menggunakan pendekatan *Accrual Persistence*.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan batasan masalah, maka peneliti merumuskan permasalahan yang akan dibahas sebagai berikut:

1. Apakah Kategori Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, Masyarakat, dan Produk dalam Pengungkapan CSR berpengaruh secara Simultan terhadap Kualitas Laba Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2017-2019?
2. Apakah Kategori Ekonomi dalam Pengungkapan CSR berpengaruh terhadap Kualitas Laba Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2017-2019?
3. Apakah Kategori Lingkungan dalam Pengungkapan CSR berpengaruh terhadap Kualitas Laba Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2017-2019?
4. Apakah Kategori Tenaga Kerja dalam Pengungkapan CSR berpengaruh terhadap Kualitas Laba Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2017-2019?
5. Apakah Kategori Masyarakat dalam Pengungkapan CSR berpengaruh terhadap Kualitas Laba Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2017-2019?
6. Apakah Kategori Produk dalam Pengungkapan CSR berpengaruh terhadap Kualitas Laba Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2017-2019?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh Kategori Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, Masyarakat, dan Produk dalam Pengungkapan CSR secara Simultan terhadap Kualitas Laba Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2017-2019.
2. Pengaruh Kategori Ekonomi dalam Pengungkapan CSR terhadap Kualitas Laba Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2017-2019.
3. Pengaruh Kategori Lingkungan dalam Pengungkapan CSR terhadap Kualitas Laba Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2017-2019.
4. Pengaruh Kategori Tenaga Kerja dalam Pengungkapan CSR terhadap Kualitas Laba Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2017-2019.
5. Pengaruh Kategori Masyarakat dalam Pengungkapan CSR terhadap Kualitas Laba Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2017-2019.
6. Pengaruh Kategori Produk dalam Pengungkapan CSR terhadap Kualitas Laba Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2017-2019.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan, antara lain:

(1) Bagi Akademisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pengembangan ilmu dalam bidang akuntansi dan menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya, terutama berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan kualitas laba perusahaan.

(2) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian dapat memberikan gambaran tentang pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan, khususnya hubungannya dengan kualitas laba perusahaan. Selain itu, sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan untuk lebih meningkatkan tanggung jawab sosialnya.

(3) Bagi Investor

Hasil penelitian dapat memberikan pandangan kepada investor dalam memilih perusahaan yang memiliki reputasi yang baik dengan mempertimbangkan aspek tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social responsibility*).

(4) Bagi Masyarakat

Manfaat yang diharapkan adalah melalui pemahaman akan informasi bentuk tanggung jawab sosial perusahaan, dapat memberikan stimulus secara proaktif sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran akan hak-hak yang harus diperoleh.