

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu konsep akuntansi yang dapat membawa perusahaan agar melaksanakan tanggung jawabnya terhadap lingkungan dan masyarakat. CSR timbul sebagai akibat dari keberadaan perusahaan-perusahaan yang aktivitasnya selain memberi banyak manfaat tetapi menimbulkan banyak dampak negatif. Dampak negatif tersebut terutama dirasakan oleh masyarakat sekitar yang berada dekat dengan perusahaan. Beberapa kasus seperti kasus Freeport Indonesia, kasus PT. Unocal dan kasus Lapindo Brantas menunjukkan bahwa masih banyak perusahaan di Indonesia yang kurang memperdulikan dampak aktivitasnya terhadap lingkungan. Praktik dan pengungkapan CSR jika dilakukan secara berkesinambungan oleh perusahaan akan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan itu sendiri. Berdasarkan *csrnetwork.org* (2006), salah satu konsultan CSR terkemuka di Inggris Said, *et al.* (Aini 2011:1), menyatakan bahwa keterlibatan perusahaan atas tanggung jawab sosialnya dapat meningkatkan akses modal, memperbaiki kinerja keuangan, mengurangi biaya operasi, meningkatkan citra dan reputasi, meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan, serta meningkatkan produktivitas dan kualitas.

Di Indonesia sendiri banyak kasus yang hampir serupa mengenai masalah pencemaran lingkungan yang diakibatkan oleh limbah industri dan ini adalah pengambilan CSR pada, seperti yang tertera pada tabel 1.1 :

Tabel 1.1 Kasus-Kasus Pencemaran Lingkungan oleh Kegiatan Industri

No	Nama Perusahaan/ Kegiatan	Jenis Kegiatan	Unsur Pencemar	Tahun Kejadian	Lokasi Pencemaran
1	PT. Inti Rayon Utama	Pulp dan Kertas	Limbah Cair	2003	Medan
2	PT. Surabaya Agung Kertas	Pulp dan Kertas	Limbah Cair	2004	Kali surabaya
3	PT Bintang Tri Putratex, PT Kesmatex, CV Ezritex	Tekstil dan Batik	Limbah cair	s/d 2007	Kali Banger Pekalongan
4	PT Bintang Raya PT. Maya Muncar PT. Fisindo Kusuma Sejahtera PT. Indosari Laut	Pengalengan dan tepung ikan Pengalengan dan tepung ikan Tepung ikan Tepung ikan	Limbah Cair	2006	Perairan Kawasan Muncar
5	Lingkungan Industri Kecil (LIK) Penyamakan Kulit	Penyamakan Kulit	Limbah Cair	2007 s/d sekarang	Sungai Gandong di Magetan
6	PT. Tonikotex	Tekstil	Limbah Cair	2008	Sungai di Tangerang

Sumber : Media Tempo 2012

Kegiatan pertanggungjawaban sosial ini bahkan digunakan juga sebagai tameng bagi menejer perusahaan. Pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan, memposisikan menejer menghadapi *Coflick of interest* untuk memaksimalkan *Stakeholders* dan *Stakeholders* lainnya yang mempunyai kepentingan berbeda dan juga kepentingannya sendiri terkait kompensasi manajemen yang didasarkan pada manajemen laba. Kenyataannya, informasi mengenai sistem kompensasi menejemen sangat jarang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan, sehingga menyulitkan *Stakeholders* untuk mengetahui besarnya kompensasi menejemen di dasarkan pada kinerja tanggung jawab sosial. Tidak adanya kriteria sebagai dasar bagi pengukuran kinerja menyebabkan menejer tidak dapat dievaluasi, sehingga memungkinkan menejer untuk menyelewengkan sumber

daya perusahaan untuk kepentingannya sendiri dengan mengorbankan tuntutan keuangan dan kepentingan masyarakat luas. (Carroll,1999:41).

Pemikiran yang melandasi *Corporate Social Responsibility* (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) yang sering dianggap inti dari etika bisnis adalah bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (artinya kepada pemegang saham atau *stakeholder*) tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*) yang jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban di atas. Tanggung jawab sosial dari perusahaan terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua stakeholder, termasuk di dalamnya adalah pelanggan atau customer, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, supplier bahkan juga kompetitor. Komisi Masyarakat Eropa, Iriantara (dalam Arifian, 2011:2), mengungkapkan 4 faktor yang mendorong perkembangan CSR:

1. Kepedulian dan harapan baru komunitas, konsumen, otoritas publik dan investor dalam konteks globalisasi dan perubahan industri berskala besar.
2. Kriteria sosial memberi pengaruh besar dalam pengambilan keputusan investasi individu dan institusi baik sebagai konsumen maupun investor.
3. Meningkatnya kepedulian pada kerusakan lingkungan yang disebabkan kegiatan ekonomi.
4. Transparansi kegiatan bisnis akibat perkembangan media teknologi komunikasi dan informasi modern.

CSR merupakan suatu bentuk komitmen perusahaan untuk membangun kualitas kehidupan yang lebih baik bersama *stakeholder* terkait, khususnya adalah masyarakat disekeliling dimana perusahaan tersebut berada. Sebagian besar masyarakat umum menganggap CSR ini sebagai kontribusi perusahaan hanya kepada masyarakat. Namun demikian, pemahaman yang berkembang di

masyarakat tersebut salah karena makna CSR sesungguhnya tidak terbatas pada masyarakat. Tanggung jawab social ini memiliki arti yang lebih luas. Selain memberikan keuntungan bagi pemegang saham, suatu perusahaan juga memiliki tanggung jawab terhadap pihak-pihak lain seperti pemerintah, LSM, masyarakat secara luas, konsumen, karyawan dan kelompok-kelompok lainnya.

Pandangan klasik menjelaskan bahwa tanggung jawab social perusahaan (CSR) hanya terbatas pada sisi finansial saja (*single bottom line*). Sekarang konsep tersebut telah berubah menjadi "*triple bottom line*", yaitu tanggung jawab perusahaan harus berorientasi pada 3P (*profit, people, planet*). Elkington (Wibisono 2007:28), mengembangkan konsep *Tripple Bottom Line* dengan istilah *economic prosperity, environmental quality* dan *social justice*. Selain mengejar profit, perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Menurut Robbins dan Coulter (Arifian 2011:3) tanggung jawab sosial perusahaan dibedakan menjadi dua pandangan, yaitu pandangan klasik dan pandangan sosial ekonomi. Pandangan klasik berpendapat bahwa satu-satunya tanggung jawab sosial manajemen adalah memaksimalkan laba atau memaksimalkan hasil finansial bagi para pemegang saham. Sementara itu, pandangan sosial ekonomi adalah pandangan yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial manajemen bukan sekadar menghasilkan laba tetapi juga mencakup melindungi dan meningkatkan kesejahteraan sosial. Di Indonesia, praktik CSR telah mendapat perhatian yang cukup besar. Hal ini dilatarbelakangi oleh berbagai

kasus yang terjadi seperti penggundulan hutan, meningkatnya polusi dan limbah, buruknya kualitas dan keamanan produk, eksploitasi sumber daya alam yang berlebihan, dll. Selain itu, dikeluarkannya, beberapa peraturan pemerintah juga mendorong praktik dan pengungkapan CSR di Indonesia. Regulasi mengenai CSR telah di atur oleh pemerintah sejak tahun 1994 dengan dikeluarkannya keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No.316/KMK 016/1994 tentang program pembinaan saha kecil dan koperasi oleh badan usaha milik negara, yang kemudian dikukuhkan lagi dengan keputusan menteri negara badan usaha milik negara No.Kep-236/MBU/2003 menetapkan bahwa setiap perusahaan diwajibkan menyisihkan laba setelah pajak sebesar 1% (satu persen) sampai dengan 3% (tiga persen), untuk menjalankan CSR. Pasal 15b Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal menyatakan, bahwa setiap investor berkewajiban melaksanakan pengungkapan CSR perusahaan. Penjelasan pasal ini menyatakan bahwa yang dimaksud dengan CSR perusahaan adalah tanggung jawab yang melekat pada perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat, kemudian pemerintah melalui Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas yang mewajibkan perseroan yang bidang usahanya di bidang atau terkait dengan bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pengesahan dan pengimplementasian peraturan CSR di Indonesia merupakan upaya pemerintah memberikan kepastian hukum dari pelaksanaan CSR perusahaan, yang sebelumnya bersifat sukarela (*voluntary*) menjadi wajib (*mandatory*).

Manfaat dalam praktik dan pengungkapan CSR perusahaan juga sudah banyak diteliti. Banyak perusahaan yang semakin menyadari pentingnya CSR dalam menarik investor dan memuaskan *stakeholder*, diantaranya penelitian oleh Permatasari (2010) menyatakan bahwa pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan yang *go public* telah terbukti berpengaruh terhadap jumlah perdagangan saham bagi perusahaan yang masuk kategori perusahaan *highprofile*, artinya bahwa investor sudah memulai merespon dengan baik informasi-informasi sosial yang disajikan perusahaan dalam laporan tahunan. Semakin luas pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan ternyata memberikan pengaruh terhadap jumlah perdagangan saham perusahaan dimana terjadi lonjakan perdagangan pada seputar publikasi laporan tahunan. Penelitian lainnya yang dilakukan Epstein dan Freedman (Fahmi, 2015:5) berdasarkan survei yang telah dilakukan menemukan juga bahwa investor individual cenderung lebih tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang memasukkan aspek kegiatan sosial dalam laporannya.

Untuk mencapai tujuan pengungkapan tanggung jawab sosial dalam meningkatkan nilai perusahaan dalam jangka panjang, untuk itu perlu adanya peran terintegrasi antara *Corporate Governance* dengan strategi pengungkapan tanggung jawab sosial. *Corporate Governance* biasanya mengacu pada kumpulan mekanisme yang mempengaruhi keputusan yang akan diambil oleh manajer ketika ada pemisahan antara kepemilikan dan pengendalian (Wardhani, 2007:110). *Corporate Governance* diperlukan untuk mengendalikan perilaku pengelola perusahaan agar bertindak tidak hanya menguntungkan dirinya sendiri, tetapi juga

menguntungkan pemilik perusahaan, atau dengan kata lain untuk menyamakan kepentingan antara pemilik perusahaan dengan pengelola perusahaan (Wardhani, 2007:112).

Konsep *Corporate Governance* diajukan demi tercapainya pengelolaan perusahaan yang lebih transparan bagi semua pengguna laporan keuangan. Bila konsep ini diterapkan dengan baik maka diharapkan pertumbuhan ekonomi akan terus menanjak seiring dengan transparansi pengelolaan perusahaan yang makin baik dan nantinya menguntungkan banyak pihak. Kesadaran mengenai pengungkapan tanggungjawab sosial dapat berdampak jangka panjang terhadap kinerja perusahaan. *Corporate Governance* tidak akan efektif tanpa dorongan pengungkapan tanggung jawab sosial berkelanjutan, dan *Corporate Governance* juga mampu menghasilkan laba untuk dapat menciptakan nilai bagi pemilik atau pemegang saham (Jamail *et al.*, 2008:448).

Terdapat empat komponen utama yang diperlukan dalam konsep GCG, yaitu *transparency*, *accountability*, *responsibility*, dan *fairness*. Keempat komponen tersebut penting karena penerapan prinsip *good corporate governance* secara konsisten terbukti dapat meningkatkan kualitas laporan keuangan dan juga mampu mengurangi aktivitas menyimpang seperti rekayasa isi laporan keuangan yang tidak menggambarkan nilai yang sebenarnya Kaihatu (Iswari, 2015:7).

Selain itu, prinsip *responsibility* dalam penerapan GCG juga dapat mendorong pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan.



Proporsi dewan komisaris dan ukuran dewan komisaris merupakan komponen dari GCG, hubungannya dengan CSR adalah bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan pengawasan yang dilakukan akan semakin efektif (Sembiring, 2005:33). Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya.

Pada Komite Audit hubungannya dengan CSR adalah komite audit juga dapat menjadi pengawasan yang dapat memperbaiki kualitas arus informasi antara pemilik perusahaan dan manajer, khususnya dalam laporan keuangan lingkungan dimana keduanya mempunyai tingkat informasi yang berbeda. Keberadaan komite audit sebagai *corporate governance* dapat meningkatkan relevansi dan reliabilitas pengungkapan informasi perusahaan. Sebagai bagian integral dari *corporate governance* komite audit berpengaruh terhadap CSR karena diharapkan meningkatkan akuntabilitas dan transparansi dalam pelaksanaan serta pengungkapan informasi tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan perusahaan.

Dari penjelasan di atas menunjukkan bahwa aktivitas CSR tidak bisa terlepas dari penerapan GCG. Ini ditunjukkan oleh penelitian Said, *et al* (dalam Waryanto 2010) yang meneliti perusahaan-perusahaan di Malaysia yang telah terdaftar sebagai objek penelitiannya. Dalam penelitiannya, mengambil delapan karakteristik *corporate governance* yaitu, ukuran dewan, independensi dewan, dualitas CEO, independensi komite audit, kepemilikan terkonsentrasi,



kepemilikan manajerial, kepemilikan asing, dan kepemilikan pemerintah, yang diuji hubungannya dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Penelitian lain yang dilakukan Anggraini (2006) dan Rosmasita (2007) menemukan adanya hubungan positif antara kepemilikan saham manajerial dengan luas pengungkapan CSR, namun hasil berbeda yang ditemukan dalam penelitian Said, *et.al* (Waryanto, 2010) bahwa kepemilikan saham manajerial tidak berhubungan dengan luas pengungkapan CSR. Dari beberapa penelitian, terdapat hasil-hasil penelitian yang beragam dan masih kontradiktif (ketidak konsistenan). Keanekaragaman hasil tersebut sebagian disebabkan karena model yang dikembangkan merupakan model yang sangat sederhana dan pengukuran yang dilakukan juga tidak konsisten. Penelitian ini akan membahas lebih lanjut mengenai pengungkapan CSR dalam *annual report* dan pengaruh *political visibility* terhadap pengungkapan CSR.

Yip *et al.* (2011) menyatakan bahwa pihak *principal* mempunyai keinginan memperoleh pengungkapan CSR yang sebanyak-banyak sedangkan bagi pihak manajemen mempunyai pertimbangan atas biaya dan manfaat ketika mengambil keputusan melaksanakan pengungkapan. Tatang (2002) mengatakan bahwa biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengungkapan terkait aspek politik di istilahkan dengan *political visibility*. Biaya-biaya ini merupakan biaya eksternal perusahaan timbul dari pandangan kecemasan, tekanan politik masyarakat, lingkungan, serta pemerintah dari aktivitas operasional perusahaan (Mills *et al.*, 2010).

Teori akuntansi positif dapat dipergunakan sebagai landasan dalam menjelaskan hubungan antara *political visibility* terhadap pengungkapan CSR). (Setyorini and Ishak, Emadzadeh.*et al.*, (Indrawati, 2009:2) Teori tersebut menyatakan makin besar *political visibility* yang ditemui oleh perusahaan maka makin tinggi *cost* yang dibutuhkan dalam mengungkapkan CSR yang menjadikan laba periode berjalan disajikan lebih rendah (Indrawati, 2009:2). Dari beberapa penelitian, terdapat hasil-hasil penelitian yang beragam dan masih kontradiktif (ketidakkonsistenan).

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba pada tingkat penjualan asset dan ekuitas. Profitabilitas digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba pada tingkat yang dapat diterima. (Fahmi, 2015:47) profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba atau *profit* yang akan menjadi dasar pembagian dividen perusahaan. Profitabilitas menggambarkan kemampuan badan usaha untuk menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh modal yang dimiliki. Profitabilitas suatu perusahaan akan mempengaruhi kebijakan para investor atas investasi yang dilakukan. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba akan dapat menarik para investor untuk menanamkan dananya guna memperluas usahanya, sebaliknya tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan para investor menarik dananya. Sedangkan bagi perusahaan itu sendiri profitabilitas dapat digunakan sebagai evaluasi atas efektivitas pengelolaan badan usaha tersebut.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Fahmi (2015), menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara profitabilitas dengan pengungkapan *corporate social responsibility*.

Penelitian ini akan membahas lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan di Indonesia.

Untuk menjaga kepercayaan *stakeholder*, maka jika suatu perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi, pengungkapan informasi sosial tersebut akan semakin besar (Anugerah, 2011). Profitabilitas memberikan keyakinan kepada perusahaan untuk melakukan pengungkapan sukarela tersebut. Hubungan profitabilitas dalam kinerja keuangan dengan tanggung jawab sosial menurut Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Sembiring (2003) diekspresikan dengan pandangan bahwa tanggapan sosial yang diminta manajemen sama dengan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba. Oleh sebab itu, suatu perusahaan haruslah dalam keadaan menguntungkan (*profitable*) demi kelangsungan hidupnya Albahi (Nurkhin, 2009:).

Dari penjelasan permasalahan yang terjadi diatas, maka penelitian ini mereplikasi dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti peneliti terdahulu mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sebelumnya Iswari (2015) membuktikan bahwa *earning management*, kepemilikan manajerial, institusional dan komite audit berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. sedangkan *ukuran* dewan komisaris dan komposisi dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan. Fahmi (2015)

menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris, profitabilitas dan umur perusahaan pengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan media exposure tidak signifikan berpengaruh terhadap CSR. Nurfadilah dan Sagara (2015) menyimpulkan bahwa komite audit memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan kepemilikan manajerial, ukuran dewan komisaris, profitabilitas, likuiditas, profil perusahaan dan regulasi pemerintah tidak signifikan mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Amelia (2016) menyimpulkan bahwa variabel independen profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR. Sedangkan *leverage*, tipe industri dan kepemilikan saham publik negatif dan tidak signifikan terhadap CSR. Armadi dan Astika (2016) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa variabel independen profitabilitas dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan Nilai Perusahaan. Sedangkan *leverage* negatif terhadap Nilai Perusahaan.

Dan adapun perbedaan lainnya dengan penelitian sebelumnya adalah periode penelitian pada laporan tahunan yaitu tahun 2013. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia karena perusahaan manufaktur merupakan emiten terbesar yang ada di Bursa Efek Indonesia dan perusahaan tersebut memiliki kontribusi yang besar dalam memunculkan masalah masalah sosial seperti polusi, keamanan produk, tenaga kerja dan masalah sosial lainnya (Kusumadilaga, 2010:114).

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adakah pengaruh *Good Corporate Governance*, *Political Visibility* dan Profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan?. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini berkaitan dengan, Ukuran Dewan Komisaris, Dewan Komisaris, Komite Audit, Ukuran Perusahaan (*Size*), Tipe Industri (*Profile*) dan Profitabilitas.

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas mendasari penelitian untuk melaksanakan penelitian dengan judul “**Pengaruh *Good Corporate Governance*, *Political Visibility* dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia**”.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan yang muncul antara lain :

1. Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Good Corporate Governance* perusahaan?
2. Bagaimana penerapan hukum terhadap tanggung jawab sosial perusahaan?
3. Bagaimana pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap pengungkapan CSR?
4. Penerapan CSR perusahaan diharapkan dapat mendorong peningkatan etika bisnis yang menjadi pedoman perusahaan.
5. Masih adanya kelalaian pemerintah terhadap masalah yang di timbulkan oleh perusahaan perusahaan yang tidak bertanggung jawab atas limbah yang di hasilkan.

6. Bagaimana pengaruh *Political Visibility* terhadap pengungkapan CSR?
7. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR?

### 1.3 Pembatasan Masalah

Sesuai dengan identifikasi masalah yang saya paparkan, penelitian ini dibatasi dengan meneliti beberapa faktor yang di gunakan dalam mengukur Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu, Ukuran Dewan Komisaris, Dewan Komisaris, Komite Audit, Ukuran Perusahaan (*size*), Tipe Industri (*Profile*) dan Profitabilitas pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015.

### 1.4 Rumusan Masalah

1. Apakah Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
2. Apakah proporsi Dewan Komisaris Independen berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
3. Apakah proporsi Komite Audit Independen berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
4. Apakah Ukuran Perusahaan (Size) berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
5. Apakah Tipe Industri (Profile) berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
6. Apakah Profitabilitas Berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR.
2. Untuk mengetahui pengaruh proporsi dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR.
3. Untuk mengetahui pengaruh komite audit terhadap pengungkapan CSR.
4. Untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan (Size) dan Tipe Industri (Profile) terhadap pengungkapan CSR.
5. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR.

### 1.6 Manfaat Penelitian

- 1 Bagi peneliti

Untuk menambah wawasan peneliti mengenai Pengungkapan *Corporate social responsibility*.

- 2 Bagi lingkungan akademis

Dapat menambah literatur mengenai pengaruh *Good Corporate Governance, Political Visibility* dan Profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility*.

- 3 Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan menjadi referensi yang bermanfaat dan menambah wawasan bagi peneliti selanjutnya.



4 Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan pemikiran dalam mengungkapkan *Corporate social responsibility* pada perusahaan.

5 Bagi masyarakat

Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan dalam menambah pengetahuan terapan dari pengetahuan yang telah dipelajari di bangku kuliah.

6 Bagi Investor

Pengungkapan *Corporate social responsibility* sebagai salah satu pertimbangan dalam mengambil keputusan investasi.

7 Bagi pemerintah

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan dalam upaya koordinasi, pengawasan dan pembuatan kebijakan atas *Corporate social responsibility* yang di buat oleh perusahaan.