BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kondisi perekonomian yang terus mengalami perubahan dan sulit untuk diprediksi pada masa sekarang memberikan dampak yang signifikan terhadap berbagai aktivitas bisnis yang beroperasi di Indonesia. Perusahaan dalam meningkatkan daya saing harus memiliki keunggulan sehingga dapat bersaing dengan perusahaan lain. Perusahaan tidak hanya dituntut untuk menghasilkan produk yang mampu memenuhi kepuasan pelanggan, tetapi juga harus memiliki kemampuan dalam mengelola kondisi keuangannya secara efektif (Andriani et al., 2021). Dalam laporan keuangan, informasi mengenai laba menjadi salah satu elemen yang sangat penting karena sering dijadikan acuan oleh pihak eksternal, terutama investor dan kreditur, dalam menentukan keputusan yang akan diambil. Oleh karena itu, setiap perusahaan berupaya menyajikan informasi laba yang positif dan berkualitas, mengingat laba merupakan salah satu indikator utama yang digunakan untuk menilai kinerja perusahaan sekaligus memproyeksikan prospeknya pada masa mendatang (Saputra et al., 2024).

Laba merupakan indikator utama kinerja keuangan yang digunakan untuk mengevaluasi keberhasilan operasional suatu perusahaan. Laba adalah hasil akhir dari seluruh aktivitas operasional yang menunjukkan kemampuan perusahaan menciptakan keuntungan bagi pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya. Menurut (Januarsah et al., 2019), sasaran utama dari operasional sebuah perusahaan adalah untuk memperoleh laba semaksimal mungkin guna menjaga

kelangsungan hidup dan eksistensinya di pasar. Laba tidak hanya menjadi tolak ukur keberhasilan finansial, tetapi juga merupakan elemen kunci dalam laporan keuangan yang digunakan oleh berbagai pihak sebagai dasar dalam pengambilan keputusan bisnis. (Alrobai et al., 2025) mengartikan kualitas laba sebagai kemampuan laba mencerminkan kondisi ekonomi perusahaan secara adil, akurat, dan relevan untuk pengambilan keputusan.

Kualitas Laba dalam hal ini merujuk pada sejauh mana laba yang dilaporkan mencerminkan laba ekonomi yang sebenarnya serta berkelanjutan dalam jangka panjang. Perusahaan berskala besar dengan reputasi yang positif cenderung lebih mampu memperoleh kepercayaan dan minat dari para investor. Dalam menilai suatu perusahaan, salah satu aspek penting yang menjadi perhatian investor adalah kualitas laba yang dihasilkan. Kualitas laba dapat dipahami sebagai tingkat kemampuan laba perusahaan untuk diperoleh secara konsisten, berada dalam kendali manajemen, serta mencerminkan kondisi profitabilitas yang sesungguhnya. Dengan kata lain, kualitas laba menunjukkan sejauh mana informasi laba mampu menggambarkan kinerja nyata perusahaan sekaligus menyediakan informasi yang relevan, andal, dan tidak menyesatkan bagi para pengguna laporan keuangan dalam mendukung proses pengambilan keputusan (Yuliza, 2020).

Fenomena signifikan terkait kualitas laba pada perusahaan manufaktur di Indonesia adalah kasus yang menimpa PT Indofarma Tbk (INAF). Berdasarkan laporan hasil pemeriksaan investigatif Badan Pemeriksa Keuangan (BPK) yang dipublikasikan pada tahun 2024, terindikasi adanya manipulasi laporan keuangan yang berpotensi merugikan negara hingga Rp371,8 miliar pada periode 2020-2023

(Sumber: cnbcindonesia.com, 2024). Kasus ini melibatkan manipulasi laporan keuangan yang berdampak signifikan terhadap reputasi perusahaan, kepercayaan investor, dan stabilitas pasar modal Indonesia. Temuan ini mencakup penggelembungan persediaan, rekayasa transaksi, dan pencatatan fiktif yang menyebabkan laporan keuangan perusahaan tidak mencerminkan kondisi sebenarnya (Sumber: Kompasiana.com, 2024). Selain itu, kasus serupa yang menunjukkan tantangan dalam menjaga integritas laporan keuangan di sektor manufaktur juga terjadi pada PT. Tiga Pilar Sejahtera Food dimana dua mantan direksi PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk, yakni Joko Mogoginta dan Budhi Istanto, dinyatakan bersalah karena telah memanipulasi laporan keuangan tahun 2017 dengan maksud untuk menaikkan harga saham perusahaan. Majelis Hakim Pengadilan Negeri Jakarta Selatan menjatuhkan hukuman penjara selama empat tahun kepada keduanya, serta denda sebesar Rp 2 miliar masing-masing, dengan ketentuan subsider tiga bulan kurungan. Edi Suwarno, Direktur Pemeriksaan Pasar Modal dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), mengungkapkan sejumlah bukti yang menunjukkan adanya manipulasi laporan keuangan oleh para mantan direksi tersebut (Sumber: Kompasiana.com, 2022).

Berdasarkan fenomena yang terjadi menunjukkan bahwa manipulasi data keuangan dapat berdampak serius terhadap integritas dan keandalan kualitas laba yang dilaporkan oleh perusahaan. Praktik semacam ini menjadi bukti bahwa informasi laba yang disampaikan belum tentu mencerminkan kualitas yang sebenarnya, bahkan bisa menyesatkan pihak-pihak yang bergantung pada laporan tersebut untuk mengambil keputusan penting (Putra & Anwar, 2021). Laporan laba

seharusnya mencerminkan kondisi riil kinerja keuangan perusahaan dan berperan sebagai alat prediksi yang akurat terhadap potensi keuntungan di masa mendatang. Apabila perusahaan gagal menyajikan informasi yang sebenarnya, hal ini tidak hanya merusak kredibilitas, tetapi juga dapat menurunkan tingkat kepercayaan investor atau calon pemegang saham, yang pada akhirnya berdampak pada menurunnya pendapatan serta memperumit proses pengambilan keputusan strategis (Manalu et al., 2023).

Berbagai penelitian terdahulu telah mengidentifikasi sejumlah faktor yang berpotensi memengaruhi kualitas laba perusahaan. Setiap faktor tersebut dapat menunjukkan pengaruh yang signifikan maupun tidak signifikan terhadap kualitas laba, tergantung pada kondisi dan karakteristik perusahaan yang diteliti. Dalam penelitian ini, terdapat tiga faktor utama yang dipilih untuk dianalisis sebagai variabel yang memengaruhi kualitas laba, yaitu corporate social responsibility, harga saham, dan pertumbuhan penjualan, dengan penambahan satu variabel intervening berupa profitabilitas.

Faktor pertama yang memengaruhi kualitas laba adalah *Corporate Social Responsibility*. CSR merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang mencakup aspek internal maupun eksternal dalam kegiatan operasionalnya (Budhaeri et al., 2024). Di Indonesia, kewajiban terkait pelaksanaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan telah diatur dalam berbagai ketentuan perundang-undangan. Salah satunya tercantum dalam Pasal 1 Ayat 3 UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, yang menjelaskan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan komitmen perseroan untuk berpartisipasi

dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan tujuan meningkatkan kualitas kehidupan serta lingkungan yang memberikan manfaat, baik bagi perusahaan itu sendiri, masyarakat sekitar, maupun masyarakat secara luas. Perusahaan yang menjalankan CSR secara optimal cenderung memiliki peluang lebih besar untuk menyajikan kualitas laba yang sesuai dengan harapan investor dibandingkan perusahaan yang kurang memperhatikan aspek tersebut. Selain itu, pengungkapan aktivitas CSR yang dilakukan perusahaan juga dapat menjadi indikator transparansi dalam pelaporan keuangan sekaligus wujud akuntabilitas perusahaan kepada para stakeholder (Hutasoit et al., 2020).

Wiranata & Rusmawati, (2022) mengatakan meskipun konsep *corporate social responsibility* (CSR) telah banyak digaungkan dan dinilai penting dalam dunia bisnis modern, implementasinya di berbagai perusahaan masih jauh dari kata efektif. Banyak perusahaan belum menunjukkan komitmen yang sungguh-sungguh terhadap pelaksanaan CSR secara menyeluruh. Pelaporan CSR juga sering dimotivasi oleh citra publik, bukan untuk mengejar peningkatan hasil nyata. Maka hal ini akan menimbulkan kesan bahwa CSR hanya menjadi alat promosi, bukan sebagai bagian dari strategi keberlanjutan perusahaan.

Berbagai fenomena yang ditemukan menunjukkan bahwa masih terdapat sejumlah perusahaan di Indonesia yang belum berhasil menjalankan serta mengungkapkan corporate social responsibility secara efektif dan sesuai dengan harapan. Yang pertama terjadi pada PT Chandra Asri Pacific Tbk. Wali Kota Cilegon Helldy Agustian meminta PT Chandra Asri Pacific Tbk (Grup Barito Pacific) menghentikan sementara seluruh kegiatan operasional pabriknya.

Keputusan ini dibuat usai warga mengeluhkan adanya asap hitam serta bau menyengat yang keluar dari cerobong asap PT Chandra Asri sejak Sabtu pagi, 20 Januari 2024. Ia juga meminta PT Chandra Asri membentuk tim khusus untuk memantau kondisi masyarakat terdampak dan menyalurkan susu murni sebagai penawar (Tempo.co, 2024). Selain itu, pada tahun 2022 ditemukan juga bahwa terdapat ratusan pabrik manufaktur di Jawa Barat yang berpotensi akan mencemari lingkungan dengan limbah berbahaya. Dyan Heru Sucahyo selaku Kepala Bidang Penjaga Hukum Lingkungan dan Penanggulangan Limbah B3 Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bogor, dalam forum diskusi bertajuk Ngobrol Peduli Lingkungan (Ngopling) dengan sejumlah jurnalis mengatakan bahwa ada 200 perusahaan di industri manufaktur yang terdeteksi akan menimbulkan bahaya bagi masyarakat sekitar akibat limbah yang ditimbulkan (Mohammad Arief Hidayat, 2022).

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan adanya perbedaan temuan mengenai pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kualitas laba. Penelitian yang dilakukan oleh (Ika et al., 2022) dan (Siswantaya, 2022) mengungkapkan bahwa *corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif terhadap kualitas laba perusahaan. Namun, hasil yang berbeda ditemukan dalam penelitian (Hutasoit et al., 2020) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* tidak memberikan pengaruh terhadap kualitas laba. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan perlunya kajian lebih lanjut guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika hubungan antara *corporate social responsibility* dan kualitas laba.

Faktor kedua yang memengaruhi kualitas laba adalah Harga Saham. Harga saham dapat diartikan sebagai nilai jual setiap lembar saham perusahaan yang diperdagangkan di pasar modal. Tingginya harga saham dapat mendorong manajemen perusahaan untuk terus menjaga reputasi serta mempertahankan persepsi positif perusahaan di hadapan para investor. Untuk mencapai tujuan tersebut, manajemen mungkin menyajikan laporan keuangan yang terlalu optimis atau kurang transparan, sehingga mengurangi reliabilitas dan relevansi informasi laba. Oleh karena itu, harga saham dapat menjadi faktor yang mendorong manajemen untuk mengutamakan persepsi pasar sehingga pada akhirnya hal ini bisa memengaruhi kualitas informasi keuangan yang dilaporkan. Botsari, (2014) mengatakan bahwa harga saham dapat memengaruhi perilaku manajemen laba, yang pada akhirnya berdampak pada kualitas laba perusahaan. Meskipun demikian, temuan yang berbeda ditunjukkan dalam penelitian (Silfiana et al., 2020) yang menyatakan bahwa harga saham tidak memiliki pengaruh terhadap praktik manajemen laba.

Faktor ketiga yang dapat memengaruhi kualitas laba adalah Pertumbuhan Penjualan. Pertumbuhan penjualan menjadi salah satu indikator yang penting dalam mengevaluasi kinerja operasional perusahaan. Peningkatan penjualan yang terjadi secara berkelanjutan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mendorong permintaan pasar terhadap produk maupun jasa yang ditawarkannya. Penjelasan ini didukung oleh penelitian (Lamsah & Amrullah, 2023) bahwa pertumbuhan penjualan yang mengalami peningkatan akan meningkatkan kualitas laba pula.

Pertumbuhan penjualan yang baik biasanya menghasilkan laba yang berasal dari aktivitas operasional utama, bukan dari kegiatan non-operasional atau manipulasi akuntansi. Oleh karena itu, tingkat pertumbuhan penjualan yang positif dan berkelanjutan sering dikaitkan dengan kualitas laba yang tinggi. Namun, tingginya pertumbuhan penjualan tidak selalu menjamin kualitas laba yang baik (Valeria & Halim, 2022). Karena perusahaan dapat untuk meningkatkan penjualan dengan cara melalui diskon besar-besaran, kredit yang longgar, atau peningkatan piutang usaha, yang justru ini akan menimbulkan risiko keuangan jangka panjang. (Naue et al., 2023) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh terhadap praktik manajemen laba, di mana laba yang dilaporkan dapat dimanipulasi untuk menggambarkan kinerja perusahaan yang tampak lebih baik dibandingkan kondisi sebenarnya. Dalam situasi tersebut, pihak manajemen dapat terdorong untuk melakukan manajemen laba guna mempertahankan citra kinerja yang positif di hadapan investor, yang pada akhirnya dapat menyebabkan menurunnya kualitas laba yang disajikan.

Selanjutnya meskipun terdapat hubungan antara *corporate social responsibility*, harga saham, pertumbuhan penjualan, dan kualitas laba, hubungan tersebut tidak selalu bersifat langsung. Profitabilitas diduga memiliki peran sebagai variabel perantara atau variabel mediasi yang menjembatani pengaruh *corporate social responsibility*, harga saham, dan pertumbuhan penjualan terhadap kualitas laba. Profitabilitas yang tinggi mencerminkan keberlanjutan laba perusahaan, yang dapat memperkuat pengaruh positif antara *corporate social responsibility*, harga

saham, dan pertumbuhan penjualan terhadap kualitas laba. Sebaliknya, profitabilitas yang rendah dapat melemahkan hubungan tersebut.

Penelitian ini menampilkan beberapa perbedaan dengan studi-studi sebelumnya. Penelitian terdahulu umumnya hanya berfokus pada hubungan langsung antara *corporate social responsibility* dengan kualitas laba (Hutasoit et al., 2020), harga saham dengan manajemen laba (Silfiana et al., 2020), atau hubungan antara pertumbuhan penjualan dengan kualitas laba (Syarifudin & Najmudin, 2024). Penelitian yang mendalami profitabilitas sebagai variabel intervening di Indonesia masih jarang ditemukan. Studi seperti ini dapat memperluas pemahaman tentang bagaimana profitabilitas memediasi dampak *corporate social responsibility*, harga saham, dan pertumbuhan penjualan terhadap kualitas laba.

Setelah dilakukan penelusuran terhadap beberapa studi sebelumnya, ditemukan adanya variasi yang cukup signifikan pada setiap variabel yang diuji. Variasi ini mencerminkan adanya inkonsistensi dalam temuan penelitian terkait pengujian variabel-variabel yang dianalisis. Inkonsistensi ini dapat muncul dari berbagai faktor dan faktor utamanya adalah perbedaan dalam objek penelitian, di mana karakteristik unik dari objek dapat memengaruhi hasil penelitian. Objek penelitian yang berbeda memiliki konteks, lingkungan, atau kondisi yang memengaruhi cara variabel-variabel berinteraksi satu sama lain, sehingga hasil tidak selalu konsisten dengan penelitian sebelumnya.

Karakteristik sampel yang digunakan dalam suatu penelitian turut memegang peranan penting dalam memengaruhi hasil yang diperoleh. Perbedaan sampel, termasuk dari segi ukuran maupun karakteristik lainnya, dapat

menyebabkan munculnya variasi dalam temuan penelitian. Misalnya, sampel yang lebih besar mungkin memberikan hasil yang berbeda dibandingkan sampel yang lebih kecil. Demikian pula, periode waktu pelaksanaan penelitian juga menjadi faktor penting. Perubahan kondisi ekonomi, sosial, atau politik selama rentang waktu yang berbeda dapat memengaruhi variabel-variabel yang diuji, sehingga memberikan hasil yang berbeda ketika penelitian dilakukan pada periode yang berbeda.

Metode dan teknik analisis yang digunakan juga dapat menyebabkan perbedaan hasil. Penggunaan teknik analisis yang berbeda atau model statistik yang beragam dapat memengaruhi bagaimana data diinterpretasikan dan hasil akhir yang diperoleh. Meskipun terdapat temuan yang berbeda dari berbagai studi, dapat disebabkan oleh perbedaan objek, sampel, periode waktu, serta metode analisis yang digunakan.

Bisnis manufaktur dipilih sebagai sampel penelitian karena ditemukan berbagai kasus manipulasi laporan keuangan di industri ini, yang berpotensi memengaruhi kualitas laba dan pada akhirnya menurunkan minat investor. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menilai masalah-masalah yang terus berlanjut, dan berdasarkan latar belakang serta kejadian yang telah dijelaskan di atas maka penelitian ini diberi judul **"Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Harga Saham, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Kualitas Laba dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2022-2024"**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dijabarkan di atas, maka peneliti merumuskan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. *Corporate social responsibility* (tanggung jawab sosial perusahaan) di perusahaan-perusahaan Indonesia, khususnya di sektor manufaktur, sering kali hanya bersifat formalitas tanpa implementasi substantif yang efektif, seperti yang terlihat pada kasus yang telah dipaparkan sebelumnya bahwa masih banyak perusahaan yang gagal dalam penerapan csr. Hal tersebut akan memengaruhi tingkat penjualan dan meningkatkan risiko investasi, sehingga kualitas laba menurun.
2. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sering kali dipertanyakan, terutama karena adanya manipulasi laporan keuangan yang mengaburkan kondisi perusahaan sebenarnya. Kondisi ini menurunkan kepercayaan investor dan akhirnya menurunkan kualitas laba pula.
3. Hubungan antara *corporate social responsibility*, harga saham, pertumbuhan penjualan, dan kualitas laba telah menjadi subjek penelitian yang saling bertentangan di masa lalu, yang menunjukkan bahwa variabel lain seperti profitabilitas mungkin berperan sebagai variabel mediasi.

1.3 Pembatasan Masalah

Meskipun terdapat banyak faktor yang memengaruhi kualitas laba, peneliti dalam studi ini membatasi ruang lingkup penelitian pada beberapa faktor saja: *corporate social responsibility*, harga saham, dan pertumbuhan penjualan, serta profitabilitas sebagai variabel intervening untuk menguji pengaruh faktor-faktor

tersebut terhadap kualitas laba pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, identifikasi masalah dan pembatasan masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Kualitas Laba pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2022-2024?
2. Apakah Harga Saham berpengaruh terhadap Kualitas Laba pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2022-2024?
3. Apakah Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Kualitas Laba pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2022-2024?
4. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2022-2024?
5. Apakah Harga Saham berpengaruh terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2022-2024?
6. Apakah Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2022-2024?
7. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Kualitas Laba pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2022-2024?
8. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Kualitas Laba melalui Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2022-2024?

9. Apakah Harga Saham berpengaruh terhadap Kualitas Laba melalui Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2022-2024?
10. Apakah Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Kualitas Laba melalui Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2022-2024?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan mengenai latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, dan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kualitas Laba pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2022-2024.
2. Untuk menganalisis pengaruh Harga Saham terhadap Kualitas Laba pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2022-2024.
3. Untuk menganalisis pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Kualitas Laba pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2022-2024.
4. Untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2022-2024.
5. Untuk menganalisis pengaruh Harga Saham terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2022-2024.

6. Untuk menganalisis pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2022-2024.
7. Untuk menganalisis pengaruh Profitabilitas terhadap Kualitas Laba pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2022-2024.
8. Untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kualitas Laba melalui Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2022-2024.
9. Untuk menganalisis pengaruh Harga Saham terhadap Kualitas Laba melalui Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2022-2024.
10. Untuk menganalisis pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Kualitas Laba melalui Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2022-2024.

1.6 Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan, baik dari segi teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis

   Hasil penelitian ini diharapkan akan memajukan pemahaman teoritis tentang faktor-faktor yang memengaruhi profitabilitas dan kualitas laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2. Manfaat Praktis

   Manfaat praktis yang diperoleh dari penelitian ini, di antaranya :

1. Bagi Investor, penelitian ini diharapkan akan bisa menjadi panduan ketika membuat pilihan investasi.
2. Bagi Perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi pihak perusahaan manufaktur ketika mengembangkan kebijakan untuk meningkatkan profitabilitas dan kualitas pendapatan dengan mempertimbangkan perubahan dalam pengungkapan *corporate social responsibility*, harga saham, dan pertumbuhan penjualan.
3. Bagi Akademis, penelitian ini diharapkan akan digunakan sebagai referensi oleh para akademisi akuntansi manajerial di masa mendatang.