

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Objek Penelitian

Pasar modal (*capital market*) menurut Undang-Undang No. 8 tahun 1995 merupakan sarana berbagai aspek keuangan dalam pendanaan (investasi) dan penawaran umum yang berjangka panjang terhadap perusahaan *go public* atau institusi lain yang dapat dijual belikan berupa ekuitas (saham), reksa dana, obligasi (surat utang) dan aspek lainnya (Muslih & Klarisa, 2019)(Bursa Efek Indonesia, 2018).

Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan lembaga pasar modal penggabungan Bursa Efek Jakarta dengan Bursa Efek Surabaya. Dalam pengoperasiannya sebelum terjadinya penggabungan (*merger*) Bursa Efek Jakarta dinaungi oleh BAPEPAM yang dimiliki oleh pemerintahan yang berlokasi di Jakarta, sedangkan untuk Bursa Efek Surabaya sebelum terjadinya penggabungan (*merger*) dinaungi oleh PT.Bursa Efek Indonesia yang dimiliki oleh swasta dan Bursa paralel yang dimiliki oleh Persatuan Pedagang Uang dan Efek-Efek (PPUE) (Kayo, 2019). Bursa efek sendiri memiliki sebelas jenis indeks dengan sepuluh sektor perusahaan.

Bursa Efek Indonesia (BEI) berkerja sama dengan koran Kompas menginformasikan bahwa pada tanggal 10 Agustus 2007 Bursa Efek Indonesia akan menerbitkan indeks baru yang akan diberi nama indeks Kompas 100. Indeks Kompas 100 merupakan indeks saham dari 100 saham perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dalam pembuatan indeks Kompas 100 Bursa Efek Indonesia memiliki tujuan dan manfaat dari indeks Kompas 100, tujuan di bentuknya indeks Kompas 100 adalah memberikan informasi pasar secara luas dengan memikat masyarakat untuk menarik manfaat dari adanya bursa efek Indonesia dengan berinvestasi maupun mencari penambahan dana perusahaan. Manfaat dari adanya Indeks Kompas 100 yaitu, memberikan tolak ukur terhadap investor dalam berinvestasi maka masyarakat dapat melihat pergerakan arah pasar dan memberikan

gambaran kepada masyarakat untuk menciptakan produk inovasi yang berbasis Indeks.

Penelitian ini menggunakan Indeks Kompas 100 sebagai objek penelitian. Alasan peneliti menggunakan indeks kompas 100 sebagai objek penelitian dikarenakan saham-saham indeks kompas 100 dapat memberikan pertimbangan terhadap investor selain itu indeks kompas 100 memiliki likuiditas yang tinggi yang mempunyai arti bahwa perusahaan dalam membayar hutangnya dinilai baik maka dapat dikatakan bahwa profitabilitasnya juga baik. Indeks ini memiliki nilai kapitalisasi pasar yang besar, dan indeks kompas 100 merupakan saham-saham yang tercatat memiliki fundamental dan kinerja yang baik.

Indeks Kompas 100 merupakan saham-saham yang diperkirakan dapat mewakili 70-80% dari total Rp.1582 triliun total kapitalisasi pasar untuk seluruh saham yang sudah tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Indeks Kompas 100 terdiri dari perusahaan besar yang terbagi dalam beberapa sektor yaitu, sektor manufaktur, properti, pertambangan, konstruksi bangunan, sektor keuangan, sektor infrastruktur, utilitas & transportasi. Dengan di buat indeks kompas 100 di harapkan investor dapat melihat arah gejala pergerakan indeks pasar dengan mengamati dan melihat pergerakan indeks kompas100.

Indeks Kompas 100 memiliki beberapa kriteria. Dalam hal ini Bursa Efek dalam memilih emiten-emiten yang masuk dalam indeks kompas 100 perlu memiliki kriteria yaitu perusahaan yang sudah tercatat di BEI minimal selama 3 bulan, saham masuk dalam perhitungan IHSG (Indeks Harga Saham Gabungan), terdapat pertimbangan faktor fundamental perusahaan dan perdagangan bursa, berdasarkan hari transaksi pasar reguler, frekuensi transaksi pasar reguler, dan berdasarkan kapitalisasi pasar. Dengan hal ini Bursa Efek Indonesia mempunyai tanggung jawab terhadap pemilihan saham-saham yang terpilih dalam daftar indeks kompas 100, bursa efek indonesia memiliki kuasa penuh dalam pengambilan keputusan dengan mempertimbangkan kepentingan *stakeholders* dan *investor* (Bursa Efek Indonesia).

Berdasarkan perusahaan kompas 100 pada tahun 2015-2020 terdapat 100 emiten yang tercatat dalam indeks kompas 100 yang dapat di lihat pada **lampiran**

I. Emiten tersebut yang akan di gunakan sebagai bahan dalam penelitian ini untuk menentukan sampel penelitian.

1.2 Latar Belakang penelitian

Pada saat ini terjadi perkembangan industri 4.0 yang menerbitkan banyak perusahaan-perusahaan yang masih di tahap berkembang yang dapat menjadikan keberadaan perusahaan sebagai tempat memperoleh keuntungan bagi pertumbuhan ekonomi suatu negara. Aktivitas usaha yang bergerak secara langsung dalam bidang penggunaan sumber daya alam yaitu perusahaan yang bergerak di bidang tambangan yang memiliki dampak negative lebih besar secara langsung dan tidak langsung terhadap lingkungan sekitar. Dengan adanya perusahaan yang beroperasi dan beraktivitas menggunakan sumber daya alam dapat memberikan dampak seperti penggundulan hutan yang meluas, terjadinya pencemaran tanah dan pembuangan limbah produksi, perubahan populasi, iklim dan hilangnya pekerjaan bagi masyarakat yang berada dalam wilayah sektor tersebut maka dapat mengakibatkan terjadinya kerusakan lingkungan yang semakin tinggi. terjadinya dampak kerusakan lingkungan dikarenakan praktik CSR yang tidak berjalan sebagaimana mestinya maka dengan itu perusahaan perlu sadar diri dan memperhatikan pentingnya melaksanakan tanggung jawab sosial atau CSR (*Corporate Social responsibility*).

sKeberlangsungan hidup perusahaan baik dan buruknya terletak pada perusahaan itu sendiri, perusahaan yang mempertimbangkan dan memikirkan prinsip-prinsip moral dan nilai-nilai etika akan memberikan keberlangsungan perusahaan yang baik. Sebaliknya, dengan perusahaan yang tidak menerapkan dan tidak menaruh perhatiannya terhadap nilai-nilai moral, cenderung hanya mengarah untuk memaksimalkan laba yang tergolong mempunyai tujuan jangka pendek, dan mempunyai risiko tidak dapat mampu bertahan dalam waktu jangka panjang yang bersifat berkelanjutan (Vira & Wirakusuma, 2019).

Meningkatnya peran perusahaan didorong melalui pasar bebas dan globalisasi dengan hal itu sebuah perusahaan akan semakin luas untuk berinteraksi dan melaksanakan pertanggung jawaban sosial terhadap masyarakat dan juga pihak lainnya. Banyaknya perusahaan yang masih di tahap berkembang, dengan hal itu

kesenjangan sosial dapat terjadi (Jessica dan Toly, 2014 ;Vira & Wirakusuma, 2019). *Corporate Social responsibility* (CSR) mempunyai sebuah kegiatan yang telah diatur dalam peraturan hukum Negara Indonesia berupa UU Nomor 40 tahun 2007 yaitu mengatur tentang perseroan yang terbatas dalam menjalankan kegiatan usaha dalam bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam, perlu untuk melaksanakan tanggung jawab lingkungan dan sosial (Anjani dan Astika, 2018; Vira & Wirakusuma, 2019).

Corporate Social responsibility (CSR) merupakan upaya tanggung jawab perusahaan atau sebuah organisasi terhadap dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan dari keputusan dan kegiatan perusahaan tersebut di dimana dampaknya dirasakan oleh pihak-pihak yang berkaitan seperti masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan. Kegiatan CSR saat ini bukan hanya sebagai kewajiban perusahaan yang berlandaskan dengan hukum Pada bab V Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (“UUPT”) mengatur mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, dimana Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (S. C. Dewi et al., 2020) yang perlu dipatuhi oleh setiap perusahaan, melainkan aktivitas yang dapat mendorong sebuah perusahaan untuk menjaga keberlangsungan perusahaannya untuk selalu maju dan terus berkembang. Perusahaan yang sudah melakukan kegiatan CSR dapat membantu perusahaan mendapatkan keuntungan, namun juga memiliki kepedulian yg meningkat terhadap lingkungan sekitar perusahaan, dan masyarakat di perusahaan. Dengan melalui Corporate social responsibility yang baik, maka perusahaan bisa mendapatkan keuntungan dan lingkungan alam di sekitar perusahaan akan terjaga dengan baik (Hokianto, 2021).

Menurut (Mudjiyanti & Maulani, 2017) menjelaskan dalam teori *stakeholder* bahwa entitas perusahaan tidak hanya beroperasi dalam kepentingan individual melainkan dapat bermanfaat bagi para *stakeholder*. Dapat ditarik kesimpulan bahwa *corporate social responsibility* adalah kewajiban sebuah perusahaan dengan memperhitungkan beberapa pihak dalam pelaksanaannya terhadap para *stakeholders* terkait kegiatan operasional sebuah perusahaan

dikarenakan berlangsungnya sebuah perusahaan sangat bergantung terhadap dukungan dari pihak *stakeholder*.

Perusahaan yang akan melakukan kegiatan CSR dan melakukan pengungkapan CSR perlu memperhatikan standar yang berlaku. Dalam pengungkapan CSR terdapat GRI (*Global Reporting Initiative*) yang merupakan sebuah pedoman penting dalam penyusunan laporan keberlanjutan pada sebuah perusahaan. GRI G4 Merupakan standar terbaru dari pembaharuan GRI 3 yang diterbitkan pada tahun 2013. Dengan adanya pembaharuan GRI 3 menjadi GRI G4 memiliki tujuan dalam mempermudah setiap perusahaan dalam menyusun laporan keberlanjutan dalam menyajikan informasi penting tentang poin-poin perusahaan tersebut. GRI G4 memiliki 91 item diantaranya terdapat 3 kategori utama yang terkandung di dalam GRI G4 yaitu kategori ekonomi, kategori lingkungan dan kategori sosial. Di dalam kategori sosial dibagi lagi menjadi aspek ketenagakerjaan, aspek keselamatan kerja dan pelatihan, hak asasi manusia, aspek masyarakat dan aspek tanggung jawab atas produk (Pusaka, 2017).

Fenomena pengungkapan CSR pada perusahaan indeks Kompas 100 yaitu banyaknya perusahaan-perusahaan besar yang termasuk di dalam indeks Kompas 100 yang masih di bilang cukup banyak perusahaan yang tidak menerbitkan dan membuat laporan keberlanjutan (*sustainability report*). Berdasarkan dengan data yang diolah oleh penulis dalam penelitian ini, terdapat 100 perusahaan yang terdaftar dan konsisten di indeks Kompas 100 pada periode bulan Februari sampai dengan Juli 2021. Tetapi, pada periode 2018-2019 hanya terdapat 28 perusahaan yang menerbitkan laporan keberlanjutan (*sustainability report*) secara konsisten yang di sebabkan terdapat perusahaan yang mengalami penurunan laba yang mengakibatkan perusahaan tidak melaporkan laporan keberlanjutan pada tahun tersebut dengan menggunakan pedoman GRI G4 yang ditampilkan pada tabel berikut.

Tabel 1.1 Rata-Rata Pengungkapan Indeks GRI

NO	KODE PERUSAHAAN	TAHUN 2018	TAHUN 2019
1	Ace Hardware Indonesia Tbk.	0,3407	0,3516

(*Bersambung*)

(Sambungan)

2	Bank Central Asia Tbk	0,3736	0,3516
3	Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk	0,3846	0,3516
4	Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	0,4066	0,5604
5	Bank Danamon Indonesia Tbk	0,4505	0,5824
6	Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk.	0,3407	0,3297
7	Bank Mandiri (Persero) Tbk.	0,3956	0,4505
8	Bank CIMB Niaga Tbk.	0,5055	0,4835
9	Bank BTPN Syariah Tbk.	0,3077	0,2967
10	Charoen Pokphand Indonesia Tbk.	0,3516	0,3516
11	XL Axiata Tbk.	0,2967	0,3407
12	Vale Indonesia Tbk.	0,3736	0,3846
13	Kalbe Farma Tbk.	0,2857	0,1648
14	Astra International Tbk.	0,2418	0,2418
15	Bumi Serpong Damai Tbk.	0,4835	0,4615
16	Indocement Tunggul Prakarsa Tbk.	0,1538	0,1319
17	Merdeka Copper Gold Tbk.	0,2308	0,2308
18	Medco Energi Internasional Tbk.	0,2418	0,2418
19	Perusahaan Gas Negara Tbk.	0,3516	0,5714
20	Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk.	0,2747	0,2527
21	Telkom Indonesia (Persero) Tbk.	0,3077	0,2967
22	Chandra Asri Petrochemical Tbk.	0,3626	0,3846
23	Wijaya Karya (Persero) Tbk.	0,1648	0,3187
24	Waskita Karya (Persero) Tbk.	0,3187	0,3187
25	Wijaya Karya Beton Tbk.	0,1538	0,2088
26	Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk.	0,3187	0,2857
27	Adaro Energy Tbk.	0,4615	0,5604
28	Aneka Tambang Tbk	0,4066	0,4066

Sumber: Data telah diolah penulis, (2021)

Berdasarkan data diatas menunjukkan bagaimana perusahaan indeks kompas 100 dalam mengungkapkan jumlah item pengungkapan GRI G4 yang memiliki 91 item. Dalam tabel 1.1 terdapat rata-rata pengungkapan CSR sebesar 0,34 maka jika dihitung dan dibulatkan berdasarkan jumlah item pengungkapan pada seluruh perusahaan-perusahaan tersebut hanya mengungkapkan 34 item. Maka dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR yang berasal dari perusahaan-

perusahaan tersebut masih rendah di bandingkan dengan total keseluruhan item. Dalam pengungkapan CSR di atas terdapat perusahaan-perusahaan yang mengalami penurunan di antaranya Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk dengan kode perusahaan SIDO dan Indocement Tunggul Prakarsa Tbk dengan kode perusahaan INTP yang mengalami penurunan sebanyak 2% dari periode tahun 2018-2019. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR masih rendah jika dilihat dari data rata-rata jumlah item yang di ungkapkan pengungkapan CSR tersebut masih dikatakan rendah dan menunjukkan penurunan yang signifikan maka dapat disebut bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan melalui laporan keberlanjutan tersebut belum bisa dikatakan baik.

Dalam hal ini terdapat kasus perusahaan yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility* yaitu perusahaan Aneka Tambang Tbk yang merupakan perusahaan sektor pertambangan dalam kasusnya terdapat penyalahgunaan dana CSR. Kasusnya ini melibatkan Gubernur Sulawesi diduga ikut memakai dana kegiatan CSR untuk kepentingan pribadi dari perusahaan PT. Antam sebesar Rp223 M. Dana CSR yang tidak sampai ke masyarakat membuat dampak tidak baik. perusahaan di anggap tidak tepat sasaran terhadap wilayah yang terkena limbah pertambangan berupa luapan banjir bercampur sedimen tanah galian tambang saat hujan, membuat hasil ikan teri dari bagang milik nelayan di teluk ini menurun drastis. Dengan ini perusahaan sudah melanggar Undang-Undang mengenai *Corporate Social Responsibility* yang diatur dalam pasal 74 UUPT berdasarkan pasal 1 angka 3 UUPT yang menyebutkan bahwa tanggung jawab lingkungan dan sosial merupakan sebuah komitmen yang ditujukan untuk perusahaan dengan ikut serta dalam pembangunan ekonomi keberlanjutan suatu negara untuk meningkatkan mutu lingkungan dan sosial (brindonews.com, 2017). Dengan adanya kasus ini menunjukkan bahwa perusahaan belum bisa bertanggungjawab atas lingkungan sekitarnya dan dengan tidak berjalannya kegiatan CSR pada sebuah perusahaan dapat berpengaruh terhadap pengungkapan CSR yang mengakibatkan perusahaan tersebut tidak dapat melakukan pengungkapan CSR terhadap laporan keberlanjutan sebuah perusahaan.

Perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang meningkat mampu memberikan peningkatan terhadap kinerja perusahaan supaya menjadi perusahaan yang lebih baik. Profitabilitas dapat memberikan informasi bagaimana keadaan perusahaan apakah perusahaan tersebut dapat memiliki harapan yang baik di masa yang akan datang atau tidak (Sumiatidkk., 2013 dalam Raningsih & Artini, 2018). Pengukuran profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan ROA (*Return On Aset*) dalam pemilihan pengukuran terdapat alasan mengapa penelitian ini menggunakan pengukuran ROA, dikarenakan ROA dapat menunjukkan berapa keuntungan yang didapatkan perusahaan dan ROA dapat membantu perusahaan dalam pengelolaan aset (Rokhmah et al., 2017). Profitabilitas dengan pengukuran ROA termasuk pengukuran penting bagi pengungkapan CSR dikarenakan variable ini dapat memberikan info mengenai laba bersih perusahaan dan dapat memberikan akses secara mudah kepada pihak manajemen untuk melakukan pertimbangan pengambilan keputusan dalam mengungkapkan kegiatan CSR supaya informasi tersebut dapat digunakan oleh masyarakat dan *stakeholder* dalam mempertimbangkan keputusannya untuk menanam modal di perusahaan tersebut. Penelitian yang di lakukan oleh (Swara, 2018) dan (P. A. C. Dewi & Sedana, 2019) mendapatkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social responsibility* (CSR), yang disebabkan oleh semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka manajer lebih termotivasi untuk memberikan informasi yang lebih rinci termasuk kebebasan untuk menunjukkan dan mempertanggungjawabkan seluruh program sosialnya. Berbeda dengan penelitian yang di lakukan oleh (Trinanda et al., 2019) mendapatkan hasil bahwa profitabilitas secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social responsibility*, yang disebabkan oleh perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi belum tentu lebih banyak melakukan aktivitas sosial disebabkan perusahaan lebih berorientasi pada laba semata.

Feminisme dewan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR dikarenakan, feminisme dewan adalah kesetaraan gender perempuan dalam proporsi kedudukan dalam sebuah perusahaan. Perusahaan yang memiliki seorang perempuan di dalam jajaran direksi dan jajaran komisaris lalu

memiliki persentase tertentu di dalam perusahaan maka dapat memiliki peluang lebih baik dalam pengungkapan CSR (Hadya & Susanto, 2018). Dalam kepengurusan perusahaan perlu adanya keikutsertaan seorang perempuan dalam jajaran direksi ataupun dalam jajaran komisaris dikarenakan seorang perempuan memiliki potensi besar kaitannya dengan pengungkapan CSR yang disiplin dan konsisten dengan norma dan nilai sosial saat ini. Penelitian yang dilakukan (Hadya & Susanto, 2018) mendapatkan hasil bahwa ukuran feminisme dewan direksi berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* disebabkan oleh, perusahaan yang memiliki wanita yang berada pada jajaran dewan direksi dengan persentase tertentu didalam perusahaan mampu melakukan pengungkapan CSR dengan baik. Sedangkan dalam penelitian (Anggraeni & Djakman, 2017) ukuran feminisme dewan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* disebabkan, keberagaman direksi sebagai fungsi pelaksanaan kebijakan dalam mengungkapkan kegiatan CSR tidak dapat menjadi determinan pengungkapan CSR.

Media exposure merupakan sarana perusahaan yang dapat memberikan informasi aktivitas perusahaan dalam bidang *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan menggunakan media website perusahaan (Permadiswara & Sujana, 2018a). *Media exposure* merupakan faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR dikarenakan *media exposure* dapat memberikan informasi tentang pengungkapan CSR dengan menggunakan *flat from* media sebagai alat pengungkapan aktivitas CSR, dengan mengungkapkannya menggunakan media website perusahaan dapat membuat perusahaan memiliki peningkatan reputasi perusahaan yang baik di mata masyarakat luas. Indikator yang digunakan *media exposure* adalah alat media perusahaan dalam melakukan promosi dan mengungkapkan informasi-informasi yang berkaitan dengan kegiatan perusahaan tersebut. Penelitian ini menggunakan media internet berupa website perusahaan digunakannya website perusahaan karena perusahaan lebih lengkap dan rutin dalam mengirimkan informasi-informasi perusahaan secara detail melalui website perusahaan di bandingkan dengan media sosial lainnya.

Penelitian yang dilakukan oleh (Gunawan, Prima Apriwenni, 2019) dan (Permadiswara & Sujana, 2018) mendapatkan hasil bahwa *media exposure* berpengaruh signifikan dan positif terhadap luasnya pengungkapan CSR, penelitian yang dilakukan (Permadiswara & Sujana, 2018) menggunakan jenis media website perusahaan. Sedangkan dalam penelitian. Sedangkan dalam penelitian (Widiastuti et al., 2018) mendapatkan hasil bahwa *media exposure* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, yang disebabkan oleh kecilnya publikasi media mengenai kegiatan CSR perusahaan (rata-rata publikasi media hanya 1 publikasi pertahun di media online Tribun News dan Kompas).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Profitabilitas, Feminisme Dewan, dan Media Exposure terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Pada Perusahaan yang Terdaftar Dalam Indeks Kompas 100 Tahun 2015-2020)”**.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan uraian latar belakang yang sudah di jelaskan bahwa indeks kompas 100 merupakan perusahaan yang terpilih yang memiliki saham likuiditas tinggi, serta memiliki kapitalisasi pasar yang cukup besar dan merupakan saham yang memiliki fundamental dan kinerja yang cukup baik. Berdasarkan dengan data indeks kompas 100, terdapat 100 perusahaan yang terdaftar dan konsisten pada indeks kompas 100 pada periode februari-juli 2021, namun dalam pengungkapan CSR perusahaan indeks kompas 100 masih rendah hanya terdapat 29 perusahaan saja yang mengungkapkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan konsisten menerbitkan laporan keberlanjutan dengan menggunakan format GRI G4.

Corporate Social responsibility (CSR) terkait dengan peraturan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dalam Pasal 74 ayat (1) yang menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang yang saling berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pada saat ini konsep CSR merupakan hal yang penting

dan menarik perhatian beberapa investor, pemangku kepentingan di seluruh dunia. Dengan itu, dampak sosial dan lingkungan adalah masalah yang sangat penting yang perlu diselesaikan oleh seluruh pemangku kepentingan dalam perusahaan. Oleh karena itu pengungkapan Corporate Social responsibility (CSR) diperlukan supaya masyarakat mengetahui kurang lebih seberapa besar kontribusi perusahaan tersebut terhadap masyarakat dan pihak yang terkait.

Berdasarkan dengan perumusan masalah yang sudah di jelaskan diatas, maka memunculkan pertanyaan penelitian berikut:

1. Apakah profitabilitas, feminisme dewan, *media exposure* dapat berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada indeks Kompas 100 periode 2015-2020?
2. Apakah terdapat pengaruh secara parsial dari:
 - a. Profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan indeks Kompas 100 periode 2015-2020?
 - b. Feminisme dewan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan indeks Kompas 100 periode 2015-2020?
 - c. *Media exposure* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan indeks Kompas 100 periode 2015-2020?

1.4 Tujuan Penulisan

sesuai dengan latar belakang dan perumusan masalah yang sudah di jelaskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

Sesuai dengan latar belakang dan perumusan masalah yang sudah di jelaskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis bagaimana profitabilitas, feminisme dewan, *media exposure* dan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap perusahaan Indeks Kompas 100 periode 2015-2020.
2. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh secara simultan untuk menganalisis bagaimana profitabilitas, feminisme dewan, *media exposure* dan pengungkapan *corporate social responsibility* (SCR) terhadap perusahaan Indeks Kompas 100 periode 2015-2020.

3. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh parsial:
 - a. Profitabilitas terhadap pengungkapan Corporate Social responsibility (CSR) terhadap perusahaan Indeks Kompas 100 periode 2015-2020.
 - b. Feminisme dewan terhadap pengungkapan Corporate Social responsibility (CSR) terhadap perusahaan Indeks Kompas 100 periode 2015-2020.
 - c. *Media exposure* terhadap pengungkapan Corporate Social responsibility (CSR) terhadap perusahaan Indeks Kompas 100 periode 2015-2020.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.5.1 Aspek Teoritis

1. Bagi Akademis

hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam pembelajaran ilmu akuntansi dan memberikan manfaat ilmu pengetahuan terkait pengungkapan *Corporate Social responsibility* (CSR) dari perusahaan sektor pertambangan Indeks Kompas 100 dengan keterkaitan profitabilitas, feminisme dewan dan *media exposure*.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan acuan dan referensi terhadap penelitian berikutnya dalam pembahasan mengenai pengungkapan *Corporate Social responsibility*, khususnya dengan menggunakan variable profitabilitas, feminisme dewan, *media exposure*.

1.5.2 Aspek Praktis

1. Bagi Investor

Hasil penelitian ini di harapkan dapat membantu para investor dalam memberikan informasi dan dapat menjadi pertimbangan bagi investor dalam melakukan penanaman investasi.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini di harapkan dapat membantu perusahaan dalam memberikan manfaat bagi perusahaan untuk lebih memahami pentingnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan dapat memberikan masukan kepada manajemen perusahaan tentang pentingnya perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan tersebut.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan bertujuan agar dalam penulisan tugas akhir lebih terarah dan merupakan gambaran permasalahan dari setiap bab dalam penelitian ini. Adapun penyusunan penelitian ini, sistematika penulisan yang digunakan adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan landasan teori yang digunakan sebagai acuan dasar bagi penelitian khususnya mengenai profitabilitas, ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan pengungkapan corporate social responsibility, disertai dengan penelitian terdahulu sebagai acuan penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai jenis penelitian yang dilakukan, operasionalisasi variabel, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai pembahasan dan analisis dari hasil penelitian yang dilakukan sehingga akan jelas mengenai gambaran permasalahan yang terjadi dan hasil analisis dalam pemecahan masalah.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan kesimpulan penelitian dan saran yang ditujukan kepada berbagai pihak mengenai hasil penelitian sehingga dapat berguna untuk kegiatan lebih lanjut.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)