

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Pasar modal (*capital market*) menurut Undang – undang No.8 tahun mengenai Pasar Modal (UUPM) adalah kegiatan yang bersangkutan dengan adanya Penawaran Umum dan perdagangan Efek, Perusahaan Publik yang berkaitan dengan Efek yang diterbitkannya, serta Lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek (*Pasar Modal*, n.d.)

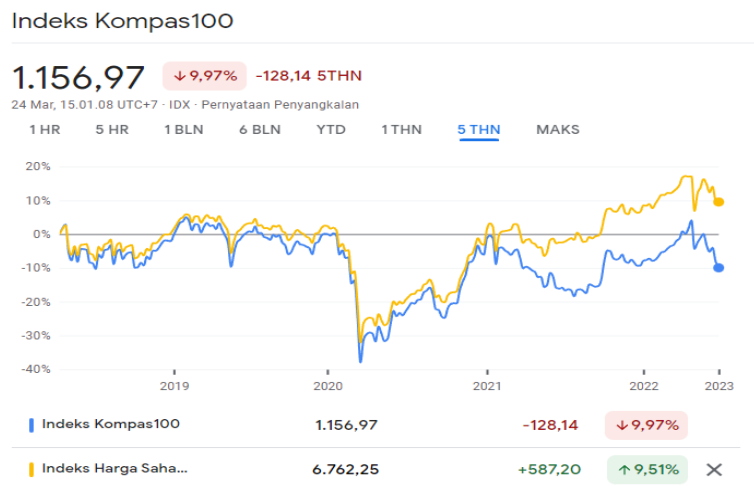
Bursa Efek Indonesia (BEI) sebagai pihak penyelenggara dan penyedia sarana jual-beli efek, secara giat melaksanakan pembaharuan dalam pengembangan dan penyediaan indeks saham. Indeks saham berguna untuk menggambarkan bagaimana pergerakan dan kondisi harga saham secara keseluruhan maupun segmentasi (Mahardika,2018). Indeks saham berperan sebagai tolak ukur portofolio aktif, menilai sentiment pasar, alat ukur untuk menyediakan dan menilai risiko sistematis, return investasi, dan kinerja yang disesuaikan risiko, serta alat ukur kelas *asset* pada alokasi *asset*. Terhitung per November 2021, Bursa Efek Indonesia memiliki 38 indeks saham, salah satunya yaitu Kompas 100 (*PT Bursa Efek Indonesia*, n.d.).

Bursa Efek Indonesia (BEI) bekerja sama dengan Kompas Media Group dengan penerbit Surat Harian Kompas. Indeks Kompas 100 ini diterbitkan pada tanggal 13 Juli 2007 dengan memiliki tujuan dan manfaat dari indeks Kompas 100, tujuan di bentuknya indeks Kompas 100 adalah memberikan informasi pasar secara luas dengan memikat masyarakat untuk berinvestasi maupun mencari penambahan dan 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. Indeks Kompas 100 pun diperbaharui secara berkala setiap 6 bulan sekali yaitu pada bulan Februari dan Agustus. Adapun penilaian untuk perusahaan yang masuk ke dalam indeks Kompas 100 yaitu :

- a. Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) minimal 3 bulan
- b. Memiliki nilai transaksi, frekuensi transaksi, dan kapitalisasi terbesar di pasar regular
- c. Banyaknya hari perdagangan dalam pasar regular
- d. Meninjau pola perdagangan dan faktor mendasar juga melakukan *review* secara periodik

Berdasarkan *website* BEI, indeks saham Kompas 100 berisikan 100 emiten yang utamanya memiliki tingkat likuiditas tinggi serta mempunyai kapitalisasi pasar dengan di dukung oleh fundamental perusahaan yang baik. Sedangkan, kapitalisasi pasar diartikan sebagai besaran nilai saham perusahaan pada pasar modal (Istiqomah & Amanah, 2021). Berikut merupakan kondisi pergerakan Indeks pasar Kompas 100 dengan IHSG.

Gambar 1.1 Pergerakan Indeks Pasar Kompas 100 dengan IHSG



Sumber: data diolah penulis, 2023

Berdasarkan gambar 1.1 dapat diketahui bahwa indeks Kompas 100 bergerak searah dengan IHSG, tetapi sejak tahun 2019 pertumbuhan indeks Kompas 100 dibawah pertumbuhan indeks IHSG. Oleh karena itu para investor sebaiknya tidak

hanya membaca pergerakan indeks pasar tetapi juga tentang informasi tanggung jawab sosialnya. Sebagai investor yang akan menanamkan modalnya pada indeks saham Kompas 100 mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi mengenai tanggung jawab sosial atau yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility*. Ini merupakan suatu tuntutan pada perusahaan agar memberikan informasi yang transparan, akuntabel, serta bagaimana praktik tata kelola pada perusahaan tersebut, sehingga perusahaan akan melakukan pengungkapan yang bersifat sukarela, salah satunya yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR) (Indeks Kompas100 Google Finance, n.d.)*.

Pada kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* diungkapkan dalam bentuk laporan, salah satunya yaitu dengan laporan keberlanjutan atau yang dikenal *Sustainability report* (Dewan et al., 2017). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* melalui *Sustainability report* telah dilakukan oleh perusahaan – perusahaan yang ada pada indeks Kompas 100. Berikut merupakan tabel pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan indeks Kompas 100 tahun 2017 -2021.

Tabel 1.1 jumlah perusahaan yang menerbitkan Indeks Kompas 100 yang menerbitkan laporan CSR Tahun 2017 - 2021

Tahun	Jumlah perusahaan Sektor Keuangan	Jumlah perusahaan Sektor Non Keuangan
2017	4	28
2018	5	32
2019	8	34
2020	8	47
2021	8	60

Sumber: data diolah penulis, 2023

Berdasarkan tabel 1.2 menunjukan bahwa pada Indeks Kompas 100, perusahaan sektor non keuangan relatif berjumlah lebih banyak dibandingkan perusahaan sektor keuangan. Berikut adalah nama perusahaan sektor non keuangan yang menerbitkan laporan CSR tahun 2021 dapat dilihat pada lampiran 1.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Fokus perusahaan tidak hanya pada pendapatan, namun juga memiliki tanggung jawab kepada *stakeholder* akan operasi perusahaan karena keberlanjutan perusahaan sangat bergantung pada peran dan dukungan para *stakeholder*, agar perusahaan dapat beroperasi secara berkelanjutan. *Stakeholder* sendiri adalah salah satu dari komponen *tripel bottom line* dimana aspek sosial, komunitas dan lingkungan hidup. Menurut (Syawaline & Suryani, 2021) menyatakan bahwa perusahaan perlu memperhatikan kepercayaan *stakeholder* terhadap perusahaan dengan memperluas pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* agar *stakeholder* mempersepsikan perusahaan sesuai dengan harapannya.

Pemerintah di Indonesia juga, berupaya untuk mengatur konsep tanggung jawab sosial perusahaan, yang dituangkan dalam Undang-Undang Nomor 40 Pasal 74 Tahun 2007 (DPR dan Presiden RI, 2007) yang menyatakan bahwa “Perseroan yang hanya menjalankan kegiatan usahanya dalam dan atau bidang-bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan keluar tanggung jawab sosial dan lingkungan” untuk meningkatkan kesadaran perusahaan tentang masalah ini. Dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 yang terbit tahun 2012, juga diperjelas aturan tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dalam pasal 2 disebutkan bahwa ‘Setiap perseroan sebagai subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan’. Perusahaan yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan akan dikenakan sanksi, sedangkan yang melakukannya akan diberikan penghargaan. Pernyataan Prinsip Akuntansi Nomor 1 pasal 9 menjelaskan bagaimana tanggung jawab sosial lingkungan “Perusahaan menyajikan laporan dengan tambahan mengenai lingkungan hidup (atau nilai tambah), bagi industri dengan sumber daya utama terkait dengan lingkungan hidup atau karyawan dan *stakeholder* sebagai yang terpenting pengguna laporan keuangan “. Tanggung jawab sosial perusahaan, seperti yang didefinisikan oleh *Association of Chartered Certified Accountants (ACCA)*, termasuk dalam pelaporan keberlanjutan, atau *sustainability reporting*. Laporan keberlanjutan ini merinci dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan yang ditimbulkan

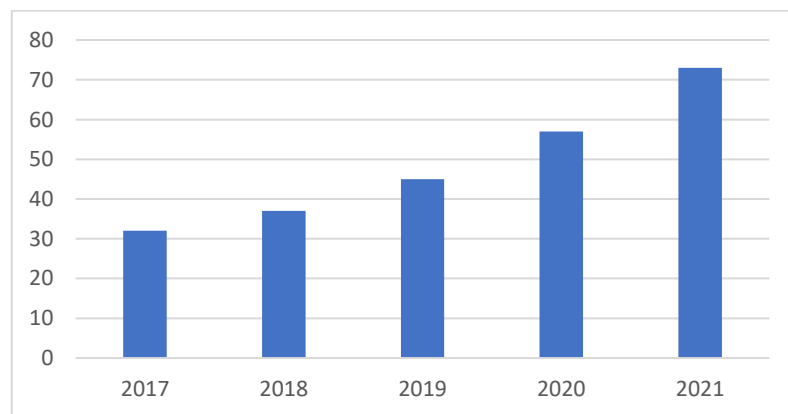
oleh operasi perusahaan. *Global Reporting Initiative* (GRI) merupakan salah satu alat ukur laporan keberlanjutan untuk tanggung jawab sosial perusahaan. *Global Reporting Initiative* (GRI) adalah organisasi internasional yang membantu perusahaan Indonesia dalam menyampaikan dampak perusahaan terhadap perubahan iklim, korupsi, dan hak asasi manusia melalui pengungkapan lingkungan, ekonomi, dan sosial. Pengungkapan CSR diukur dengan menggunakan Standar GRI yang menggantikan GRI G4 pada 1 Juli 2017 yang terdiri dari 149 item yang mencakup beberapa indikator dan sub indikatornya. (*Www.Globalreporting.Org,n.D*, n.d.).

Upaya pengungkapan CSR dilakukan untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat sekitar sehingga masyarakat merasa yakin bahwa perusahaan atau entitas tersebut memenuhi norma yang berlaku (Asmeri, 2017) dan dapat melanjutkan operasinya. Dalam dunia bisnis beberapa tahun terakhir, terjadi isu sosial dan lingkungan. Permasalahan ini diawali dari pengelolaan lingkungan yang tidak disertai tanggung jawab sosial. Hal ini menyebabkan kerugian bagi masyarakat yang terjadi karena limbah perusahaan, dan erosi (Cahyaningsih & Mustapa, 2023). Tidak semua perusahaan mengadakan program CSR sesuai aturan yang telah diatur dan tidak semua perusahaan transparan dalam pengungkapan CSR salah satunya pada PT Vale Indonesia (INCO) pada tahun 2021. Karena diduga PT Vale Indonesia (INCO) tidak transparan dalam melaporkan CSR nya maka kegiatan operasi perusahaan dihentikan. Meskipun praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi salah satu hal penting bagi perusahaan, masih ada sejumlah perusahaan yang tidak memperharikan mengenai pentingnya pengungkapan CSR. Praktek *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan yang terdaftar pada indeks Kompas 100 salah satunya dilakukan oleh PT Vale Indonesia (INCO) dimana pada pengungkapan CSR nya konsisten dari tahun 2017 -2021, tidak hanya itu untu harga saham , PT Vale Indonesia (INCO) di tahun 2021 megalami kenaikan di 6.500,00 namun pada prakteknya PT Vale Indonesia (INCO) melakukan kesalahan tepatnya pada desa Huko-Huko, Kabupaten Kaloka, akibat perusahaan mengabaikan keberadaan pekerja lokal dari Kabupaten Kaloka. Perusahaan tersebut dianggap tidak memberdayakan SDM lokal serta tidak

transparansi tentang pengelolaan CSR kepada masyarakat sekitar, sehingga izin tambang PT Vale Indonesia (INCO) harus dihentikan (*Saban 2021, n.d.*) 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 berkelanjutan suatu negara untuk meningkatkan mutu lingkungan dan sosial (Fahham, 2019). Dengan adanya kasus ini menunjukan bahwa perusahaan belum bisa bertanggung jawab 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. Namun mengenai sanksi hukum terhadap perusahaan pada yang tidak melaksanakan kewajiban CSR belum diatur secara jelas didalam peraturan perundang – undangan baik itu sanksi pidana maupun sanksi perdata sehingga terdapat kekaburan norma di dalam UUPT.

Kejadian lain berkaitan dengan pelaporan pengungkapan CSR pada perusahaan Indeks Kompas 100. Berdasarkan data yang diolah pada penelitian ini terdapat 85 perusahaan yang konsisten terdaftar di Indeks Kompas 100 pada tahun 2017 – 2021. Namun terdapat peningkatan pada pengungkapan CSR dari tahun 2017 -2021

Gambar 1.2 Pengungkapan CSR Perusahaan Indeks Kompas 100 tahun 2017 – 2021



Sumber: data diolah penulis,2023

Berdasarkan gambar 1.2 diketahui bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* tahun 2017 terdapat 32 perusahaan, tahun 2018 terdapat 37 perusahaan, tahun 2019 terdapat 45 perusahaan, tahun 2020 terdapat 57 perusahaan, dan tahun 2021 terdapat 73 perusahaan yang konsisten terdaftar pada indeks Kompas 100 melaporkan pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa sejak diterbitkannya peraturan pemerintah republik indonesia Nomor 47 Tahun 2012, tingkat kesadaran perusahaan dalam melakukan pengungkapan CSR mendorong peningkatan kesadaran perusahaan akan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Berdasarkan pada penelitian sebelumnya (Seputra et al., 2022), (Kaium Masud et al., 2022), (Damayanti et al., 2021), (Dilla Pratiwi, 2020), (Kartika & Yuyrta, 2020), (Putri & Yuliandhari, 2020), (Imran Khan et al., 2019), (Hadya & Susanto, 2018), (Mapparessa et al., 2017), (Ibrahim & Hanefah, 2017), yang merujuk dari jurnal nasional dan internasional, bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) didefinisikan sebagai faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diduga dipengaruhi oleh variabel- variabel sebagai berikut: *political visibility*, *nationality*, *profitability* dan *leverage*.

Variabel pertama yaitu *Political visibility*. Menurut (Mapparessa et al., 2017) *political visibility* merupakan tekanan politik yang diberikan publik kepada perusahaan agar terlibat dalam kegiatan tanggung jawab sosial yang dikeluarkan berhubungan dengan aspek politik dalam *corporate social responsibility*. Semakin besar perusahaan suatu perusahaan maka semakin besar juga tekanan politik semakin besar juga tekanan politik yang di berikan kepada perusahaan dalam melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial (Seputra & Lindrianasari, 2022). Menurut penelitian (Mapparessa et al., 2017) ukuran perusahaan merupakan variabel yang mengklasifikasikan ukuran perusahaan, jumlah tenaga kerja, nilai saham, total penjualan, dan pasar kapitalisasi. Maka dapat diasumsikan bahwa perusahaan besar dapat menghadapi tekanan politik yang lebih besar daripada perusahaan kecil, yaitu tekanan untuk terlibat dalam *Corporate Social Responsibility* yang muncul sebagai permintaan publik untuk informasi yang lebih tinggi dari perusahaan kecil. Hasil penelitian (Seputra & Lindrianasari, 2022)

Menujukkan bahwa *political visibility* berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Namun di sisi lain menurut *political visibility* yang diukur dengan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Variabel idependen kedua yaitu *nationality*, merupakan nilai kebangsaan yang akan melekat pada diri seseorang ditunjukkan dari mana individu itu berasal dan dari mana dia lahir (Hadya & Susanto, 2018). *Nationality* dari dewan direksi merupakan variabel yang diukur dalam penelitian ini. Dewan direksi mempunyai tanggung jawab atas pekerjaannya, baik ketua dewan direksi berkebangsaan Indonesia atau kebangsaan asing bertanggung jawab dalam melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* (Hadya & Susanto, 2018). *Nationality* dijelaskan sebagai rasa cinta seseorang terhadap tumpah darahnya yang mendorong individu untuk bekerja dengan serius dan sangat hati-hati. Oleh sebab itu ketika individu yang bekerja disuatu perusahaan merupakan kebangsaan maka implementasi pekerjaan akan dilakukan dengan serius, salah satunya dalam menjaga kelestarian lingkungan baik sumber daya hayati maupun non hayati. Untuk mengukur *nationalty* digunakan variabel dummy dengan kriteria, jika dewan direksi berasal dari Indonesia = 1, dan jika dewan direksi berasal dari luar Indonesia = 0 (Hadya & Susanto, 2018). Menurut (Rahindayanti et al.,2015) pada penelitian (Hadya & Susanto, 2018) menyatakan bahwa *nationality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan. Namun pada penelitian (Hadya & Susanto, 2018) sendiri menyatakan bahwa *nationality* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Profitabilitas menjadi variabel independent ketiga. Profitabilitas merupakan tentang tingkat efektivitas pengelolaan perusahaan dalam menghasilkan laba, profitabilitas ini sebagai ukuran apakah pemilik atau pemegang saham dapat memperoleh tingkat pengembalian yang pantas atas investasinya (Kamaludin & Indriani, 2021:46). Semakin tinggi profitabilitas maka akan semakin tinggi pula pengungkapan CSR (Hidayat et al., 2018). Para investor memiliki kepentingan

terhadap profitabilitas, dengan semakin baik kinerja suatu perusahaan maka akan dinaikan citra perusahaan yang akan berdampak terhadap keinginan investor untuk menanamkan modalnya dan membantu pengungkapan CSR pada setiap perusahaan, karena pada laba atau keuntungan perusahaan pada akhirnya akan diberikan kembali kepada stakeholder dalam bentuk dividen (Yuanita et al., 2019). Pengukuran profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan ROA (*Return On Aset*), dikarenakan ROA dapat menunjukkan berapa keuntungan yang didapat perusahaan dan ROA dapat membantu perusahaan dalam pengelolaan aset (Rokhmah et al., 2017). Profitabilitas dengan pengukuran ROA termasuk pengukuran penting bagi pengungkapan CSR dikarenakan variabel ini dapat memberikan informasi mengenai laba bersih perusahaan sehingga perusahaan dapat mengambil keputusan yang tepat. Hal ini sejalan dengan penelitian (Damayanty et al., 2021) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Tetapi tidak sejalan dengan penelitian Trinanda et al. (2019) yang mendapatkan hasil bahwa profitabilitas secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Variabel independent keempat yaitu *leverage*. *Leverage* adalah untuk menjawab pertanyaan tentang bagaimana perusahaan mendanai aktivitasnya. *Leverage* ini memberikan ukuran atas dana yang disediakan pemilik dibandingkan dengan keuangan yang diberikan oleh kreditor. Pembiayaan dengan hutang mempunyai pengaruh bagi perusahaan karena hutang mempunyai beban yang bersifat tetap. Menurut (Kamaludin & Indriani, 2021:44) kegagalan suatu perusahaan dalam membayar bunga atas hutang dapat menyebabkan kesulitan keuangan yang berakhir kebangkrutan perusahaan, karena penggunaan hutang harus seimbang antara keuntungan dan kerugian. Tingkat *leverage* perusahaan menunjukkan seberapa besar utang perusahaan kepada kreditor. Semakin tinggi rasio *leverage* akan membuat perusahaan memperluas pengungkapan CSR. Namun penggunaan utang tersebut dapat terjadi adanya beban bunga yang dapat mengurangi penghasilan kena pajak (Zia et al., 2018). Sebaliknya *leverage* dapat meningkatkan resiko keuntungan. Jika suatu perusahaan mendapat keuntungan yang

lebih rendah dari biaya tetap maka leverage akan menurunkan keuntungan (Astria et al., 2021). *Leverage* diprosikan dengan menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER). Rasio ini sangat penting bagi stakeholder, untuk mengukur rasio berinvestasi serta menjadi pendorong peningkatan kinerja keuangan atau pun kegiatan perusahaan (Yuanita et al., 2019). Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Yuanita et al., 2019) , yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap CSR. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Yassmien & Muslih, 2020) .

Berdasarkan uraian dan inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya maka peneliti di beri judul “ **Pengaruh *Political Visibility, Nationality, Profitability dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di Indeks Kompas 100 Tahun 2017-2021)*** .

1.3 Rumusan Masalah

Pengungkapan CSR pada Perusahaan bertujuan untuk memiliki nilai tambah di mata masyarakat sekitar perusahaan, serta sebagai bukti bahwa perusahaan telah melakukan kegiatan operasional sesuai dengan peraturan yang ditetapkan pemerintah dan dapat memberikan citra positif bagi *stakeholder*, sebagai sudah dijelaskan pada latar belakang di atas. Maka, perusahaan dapat terus beroperasi.

Pada penelitian ini menitik beratkan terhadap pertanggung jawaban sosial perusahaan. Dimana pemerintah telah mengatur pelaksanaan CSR di Indonesia dan perusahaan-perusahaan dalam mengungkapkan kegiatan CSR. Pengungkapan CSR ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, menurut penelitian sebelumnya. Maka dari hasil tersebut peneliti tertarik untuk melanjutkan dan mengkaji banyak tentang pengaruh *political visibility, nationality, profitability* dan *leverage* terhadap pengungkapan CSR. Pada penelitian ini mengambil objek indeks Kompas 100 tahun 2017-2021.

Berdasarkan uraian perumusan masalah dan latar belakang diatas maka peneliti ini memiliki pertanyaan terkait antara lain:

1. Bagaimana *political visibility*, *nationality*, *profitability*, *leverage* dan pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan indeks Kompas 100 tahun 2017 -2021?
2. Apakah *political visibility*, *nationality*, *profitability*, dan *leverage* berpengaruh simultan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan indeks Kompas 100 tahun 2017-2021?
3. Apakah terdapat pengaruh *political visibility* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan indeks Kompas 100 tahun 2017- 2021?
4. Apakah terdapat pengaruh *nationality* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan indeks Kompas 100 tahun 2017-2021?
5. Apakah terdapat pengaruh *profitability* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan indeks Kompas 100 tahun 2017-2021?
6. Apakah terdapat pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan indeks Kompas 100 tahun 2017-2021?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di uraikan sebelumnya, maka terdapat tujuan sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis *political visibility*, *nationality*, *profitability*, *leverage* dan pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan indeks Kompas 100 tahun 2017 -2021
2. Untuk mengetahui pengaruh *political visibility*, *nationality*, *profitability*, *leverage* dan pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan indeks Kompas 100 tahun 2017 -2021 secara simultan terhadap pengungkapan CSR

3. Untuk mengetahui pengaruh *political visibility* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan indeks Kompas 100 tahun 2017- 2021
4. Untuk mengetahui pengaruh *nationality* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan indeks Kompas 100 tahun 2017- 2021
5. Untuk mengetahui pengaruh *profitability* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada indeks Kompas 100 tahun 2017- 2021
6. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan indeks Kompas 100 tahun 2017- 2021.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan juga sebagai perluasan informasi dan referensi bagi peneliti selanjutnya terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

1.5.2 Aspek Praktis

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam memberikan manfaat bagi perusahaan untuk memahami faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan acuan dan referensi terhadap penelitian berikutnya dalam pembahasan mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, khususnya dengan menggunakan variabel *political visibility*, *nationality*, *profitability*, dan *leverage*.

3. Bagi Investor

Berguna bagi investor untuk digunakan sebagai tolak ukur sebelum melakukan investasi, sehingga investor yang akan menanamkan modal membantu

mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi *Corporate Social Responsibility*.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

a. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini terdapat penjelasan secara umum, ringkas, dan padat tentang *political visibility*, *nationality*, *profitability* dan *leverage* pengungkapan *corporate social responsibility*, dan menggambarkan dengan jelas isi penelitian yang akan di teliti. Tidak hanya itu, pada bab pendahuluan juga berisikan gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaatan penelitian, sistematika penulisan tugas akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan mengenai teori umum dan khusus secara jelas tentang teori *stakeholder*, *political visibility*, *nationality*, *profitabilitas*, *leverage* dan pengungkapan *corporate social responsibility*, yang disertai penelitian terdahulu, dan tinjauan dengan kerangka pemikiran penelitian yang di sertai dengan hipotesis jika diperukan.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel, Pengumpulan Data, Serta Teknik Analisis Data

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang hasil dari penelitian data yang sudah dipilih dan pembahasan mengenai pengaruh pada variabel independen (*political visibility*, *nationality*, *profitabilitas* dan *leverage*) dan terhadap variabel dependen (pengungkapan *corporate social responsibility*) dengan pembahasan yang telah diuraikan secara sistematis yang berisikan 2 bagian: menyajikan hasil penelitian

dan menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian. Pada pembahasan lebih baik di bandingkan dengan penelitian terdahulu.

e. **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini yang berisikan kesimpulan dan saran. Pembahasan pada bab ini merupakan uraian jawaban dari pertanyaan penelitian tentang pengaruh *political visibility*, *nationality*, *profitabilitas* dan *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian yang diperlukan kepada pihak -pihak yang berkepentingan.