

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum

Bursa Efek Indonesia (BEI) memberlakukan peraturan terbaru terkait Perubahan Klasifikasi Industri Perusahaan Tercatat pada 25 Januari 2021. *IDX Industrial Classification* (IDX-IC) menggantikan *Jakarta Stock Exchange Industrial Classification* (JASICA). IDX-IC merupakan klasifikasi industri di BEI yang mengelompokkan perusahaan tercatat berdasarkan eksposur pasar atas barang atau jasa akhir yang di produksi. Tujuannya yaitu untuk memberikan panduan untuk para pengguna terkait kelompok perusahaan dengan eksposur pasar yang sejenis. Pada saat menerapkan JASICA hanya ada 10 sektor saja dan klasifikasinya hanya sektor dan subsektor. Sedangkan dalam IDX-IC lebih detail dalam klasifikasinya yaitu terdapat 12 sektor, 35 sub-sektor, 69 industri, dan 130 sub-industri.

Barang Konsumen Primer (*Consumer Non-Cyclicals*) adalah salah satu sektor perusahaan yang tercatat di IDX-IC. Sektor *Consumer Non-Cyclicals* meliputi perusahaan yang melakukan produksi atau distribusi produk dan jasa yang dijual kepada konsumen tetapi barang yang bersifat anti-siklis atau barang primer seperti perusahaan ritel barang primer toko makanan, toko obat-obatan, supermarket, produsen minuman, makanan kemasan, penjual produk pertanian, produsen rokok, barang keperluan rumah tangga, dan barang perawatan tubuh. Perusahaan *consumer non-cyclical* mampu bertahan di saat ekonomi menurun karena perusahaan ini menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan pokok.

Alasan penulis memilih perusahaan *consumer non-cyclical* sebagai objek penelitian dikarenakan perusahaan *consumer non-cyclical* merupakan perusahaan yang melakukan produksi atau distribusi barang dan jasa yang bersifat primer, dimana permintaan barang dan jasa tidak dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi. Perusahaan *consumer non-cyclical* mempunyai peran yang baik dalam upaya mensejahterakan kehidupan masyarakat, dimana produk dari perusahaan tersebut sangat diperlukan untuk kebutuhan sehari-hari.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Setiap perusahaan memiliki tujuan yang sama yaitu memperoleh profit semaksimal mungkin. Aktivitas perusahaan dalam melakukan kegiatan operasionalnya terkadang menimbulkan masalah, seperti pencemaran lingkungan dan berkurangnya sumber daya alam. Masalah yang timbul akibat kegiatan operasional perusahaan tersebut menuntut perusahaan untuk lebih peduli kepada masyarakat dan lingkungan, sehingga perusahaan wajib melakukan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Ai et al., 2020).

Objek penelitian pada penelitian ini adalah perusahaan *consumer non-cyclical* yang merupakan bagian dari perusahaan yang memproduksi kebutuhan barang primer. Proses pelaksanaan perusahaan ini berkaitan erat dengan aspek lingkungan dan sosial. Dalam pelaksanaannya alat transportasi yang digunakan dapat menghasilkan pencemaran udara. Selain itu penggunaan air dan air buangan yang dihasilkan juga dapat menghasilkan pencemaran air. Oleh karena itu, perusahaan *consumer non-cyclical* memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan CSR.

Akhir-akhir ini, aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) berkembang menjadi bagian dari strategi bisnis perusahaan, terutama berkaitan dengan fungsi pemasaran, public relation, dan pengambilan kebijakan investasi. Perusahaan tidak hanya mencari keuntungan atau laba, tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat. Dari segi ekonomi, perusahaan mengharapkan mendapat keuntungan sebanyak-banyaknya, tetapi dari segi sosial. Perusahaan juga harus memberikan kontribusi kepada masyarakat dengan meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungan (Wahyuningsih & Mahdar, 2018). Menurut (Ruroh & Latifah, 2018) keberadaan perusahaan harusnya bermanfaat bagi lingkungan sekitar, sehingga diharapkan pelaksanaan CSR selain memberdayakan masyarakat juga sebagai bentuk agar kegiatan operasional perusahaan berjalan lancar. Penerapan CSR adalah aspek penting yang harus dilakukan perusahaan dalam operasionalnya. Indonesia termasuk negara yang wajib melakukan pelaksanaan CSR. Hal ini diungkapkan pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas terkhusus dalam pasal 74 ayat 1 yaitu perusahaan yang aktivitas operasionalnya bergerak dalam bidang dan/atau

kaitannya dengan sumber daya alam memiliki kewajiban melakukan tanggung jawab sosial serta lingkungan. Perusahaan yang tidak melakukan tanggung jawab sosial serta lingkungan maka diberikan sanksi administratif berupa peringatan tertulis hingga pencabutan izin usaha. Hal ini dijelaskan pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 tahun 2007 mengenai Penanaman Modal pasal 15 dan 34.

Terdapat tiga tanggung jawab perusahaan yang harus dilakukan secara bersama-sama dan seimbang terhadap *stakeholder*, yaitu tanggung jawab ekonomi, tanggung jawab atas hukum, dan tanggung jawab sosial. Perkembangan dunia saat ini menuntut perusahaan untuk meningkatkan kepeduliannya terhadap lingkungan dan sosial. Perusahaan diharapkan tidak hanya mementingkan manajemen dan pemilik modal saja namun juga karyawan, konsumen, masyarakat, dan lingkungannya (Abidin & Lestari, 2020). Hal ini sesuai dengan adanya keterkaitan CSR dengan para *stakeholder* yang didasari oleh teori *stakeholder* yang menjelaskan bahwa kegiatan operasional yang dilakukan oleh perusahaan tidak hanya untuk kepentingan dirinya sendiri, tetapi juga harus bermanfaat bagi para *stakeholder*. Teori stakeholder pertama kali ditemukan oleh R. Edward Freeman di tahun 1984 yang menyatakan bahwa teori *stakeholder* merupakan teori tentang organisasional manajemen dan etika bisnis yang meneliti moral dan nilai pada pengaturan organisasi dalam berbisnis (Freeman, 1984). Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukan hanya suatu substansi yang berdiri hanya untuk keperluan pribadi melainkan untuk keperluan seluruh *stakeholder* yang berkaitan atau mendapatkan dampak dari eksistensi perusahaan (Putri & Yuliandhari, 2020).

Pada perusahaan yang bergerak di bidang pemanfaatan sumber daya alam, seringkali perusahaan mengabaikan dampak sosial dan lingkungan yang terjadi atas kegiatan ekonomi yang dilakukan dimana kegiatan tersebut dapat menyebabkan kerusakan lingkungan. Atas keresahaan tersebut masyarakat menuntut perusahaan untuk mengubah perilakunya dengan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dan perusahaan. Tujuan pengungkapan (*disclosure*) adalah menyajikan

informasi yang dipandang perlu untuk mencapai tujuan pelaporan keuangan dan melayani kebutuhan para *stakeholder* (Sukasih & Sugiyanto, 2017a).

Di Indonesia praktik pengungkapan tanggung jawab sosial diatur oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 Paragraf 9, yang menyatakan bahwa “Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang laporan penting”. Selain itu, Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pada pasal 66 dan pasal 74, pada pasal 66 ayat 2 bagian c disebutkan bahwa selain menyampaikan laporan keuangan, perusahaan juga wajib melaporkan tanggung jawab sosial dan lingkungan dan melaporkannya dalam laporan tahunan (*annual report*). Peraturan terkait CSR sudah dijelaskan dalam undang-undang diatas, tetapi pada praktiknya, masih ada perusahaan di Indonesia yang belum menerapkan CSR dengan baik sesuai dengan regulasi yang berlaku.

Pada perusahaan *consumer non-cyclical* selama tahun 2018-2021 ada 112 perusahaan, tetapi hanya 31 perusahaan yang konsisten mengungkapkan CSR. Hal ini bertentangan dengan UU No. 40 Tahun 2007 pasal 66 ayat 2 bagian c tentang Perseroan Terbatas mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan kegiatan CSR dalam laporan tahunannya. Pada UU No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup Pasal 68 yang menyatakan “Setiap orang yang melakukan usaha dan/atau kegiatan berkewajiban: memberikan informasi yang terkait dengan perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup secara benar, akurat, terbuka, dan tepat waktu: menjaga keberlanjutan fungsi lingkungan hidup: dan menaati ketentuan tentang baku mutu lingkungan hidup dan/atau kriteria baku kerusakan lingkungan hidup”. Meskipun telah banyak peraturan mengenai CSR, tetap saja masih terdapat perusahaan yang memiliki permasalahan mengenai pengungkapan CSR.

NO	KODE SAHAM	2018	2019	2020	2021
1	AALI	0,208791	0,208791	0,241758	0,241758
2	ADES	0,153846	0,230769	0,186813	0,505495
3	AISA	0,164835	0,175824	0,230769	0,472527
4	AMRT	0,208791	0,318681	0,351648	0,406593
5	ANDI	0,274725	0,384615	0,494505	0,604396
6	CAMP	0,208791	0,340659	0,340659	0,296703
7	CEKA	0,131868	0,120879	0,098901	0,043956
8	CLEO	0,087912	0,076923	0,043956	0,10989
9	CPRO	0,10989	0,098901	0,076923	0,318681
10	DLTA	0,120879	0,10989	0,131868	0,461538
11	DPUM	0,208791	0,21978	0,21978	0,296703
12	DSNG	0,087912	0,098901	0,098901	0,153846
13	FISH	0,120879	0,164835	0,252747	0,351648
14	HMSP	0,054945	0,054945	0,087912	0,065934
15	INDF	0,340659	0,32967	0,32967	0,549451
16	JAWA	0,164835	0,142857	0,164835	0,384615
17	KINO	0,21978	0,098901	0,175824	0,175824
18	MIDI	0,131868	0,076923	0,175824	0,175824
19	MLBI	0,791209	0,318681	0,351648	0,362637
20	MPPA	0,131868	0,142857	0,120879	0,153846
21	MYOR	0,153846	0,164835	0,241758	0,230769
22	RANC	0,175824	0,175824	0,21978	0,197802
23	RMBA	0,032967	0,032967	0,032967	0,032967
24	ROTI	0,186813	0,186813	0,175824	0,417582
25	SDPC	0,098901	0,120879	0,120879	0,263736
26	SGRO	0,241758	0,285714	0,285714	0,571429
27	SIPD	0,604396	0,604396	0,230769	0,241758
28	SKLT	0,142857	0,153846	0,197802	0,296703
29	ULTJ	0,230769	0,230769	0,241758	0,241758
30	UNSP	0,307692	0,318681	0,32967	0,32967
31	UNVR	0,274725	0,285714	0,362637	0,241758
Rata-Rata		63,26168	63,28984	63,33173	63,44368

Tabel 1.1 Fenomena Perusahaan

Sumber: Data diolah oleh penulis (2023)

Data diatas menunjukkan rata-rata tingkat pengungkapan CSR perusahaan *consumer non-cyclical* dalam jumlah item pengungkapan GRI G4 yang memiliki 91 item. Dalam pengungkapan CSR diatas terdapat perusahaan yang mengalami

penurunan PT Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI). MLBI mengungkapkan 72 item pada tahun 2018, tetapi pada tahun 2019 perusahaan hanya mengungkapkan 29 item. Pengungkapan CSR pada MLBI menurun sebanyak 47,25%. Hal ini disebabkan pada tahun 2019 MLBI tidak mengungkapkan beberapa item seperti aspek keberadaan pasar, aspek energi, aspek keanekaragaman hayati, aspek emisi, aspek efluen dan limbah, aspek kepatuhan, aspek hubungan industrial, aspek kesehatan dan keselamatan kerja, aspek kesetaraan remunerasi perempuan dan laki-laki, aspek asesmen pemasok atas praktik ketenagakerjaan, aspek mekanisme pengaduan masalah ketenagakerjaan, kategori hak asasi manusia, kategori masyarakat, dan kategori tanggung jawab atas produk. Hal ini membuat rata-rata keseluruhan tingkat pengungkapan CSR dari tahun 2018 ke tahun 2019 menurun 2%. Selain itu, rata-rata tingkat pengungkapan CSR pada perusahaan *consumer non-cyclical* pada tahun 2018-2021 meningkat tetapi hasil dari rata-rata tidak lebih dari 50%. Hal ini terjadi dikarenakan pada tahun 2018-2020 masih banyak perusahaan yang belum sesuai dengan indeks GRI G4.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada perusahaan *consumer non-cyclical* masih rendah pengungkapan CSR nya. Hal ini dapat menunjukkan bahwa pengungkapan CSR melalui laporan tahunan maupun laporan keberlanjutan belum bisa dikatakan baik.

Beberapa faktor yang diduga mempengaruhi pengungkapan CSR menurut (Sukasih & Sugiyanto, 2017a) dan (Yuliandhari & Angraini, 2022) adalah *corporate governance*, pertumbuhan perusahaan, dan *media exposure*. Sehingga variabel yang pertama yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Corporate Governance*. *Good Corporate Governance* (GCG) merupakan sebuah aturan yang mengatur hubungan dengan pihak yang memiliki kepentingan untuk dapat menjaga keseimbangan antara hak dan kewajiban. GCG dapat mengatur agar suatu perusahaan dapat memberikan nilai tambah bagi semua *stakeholder*, dimana perusahaan bukan hanya fokus kepada kegiatan operasionalnya, tetapi perusahaan juga berada dalam suatu lingkungan sekitar, sehingga perusahaan juga harus menjaga lingkungan sekitar agar terjadi timbal balik antara perusahaan dan masyarakatnya. Tata Kelola perusahaan juga akan berpengaruh terhadap

pemenuhan kewajiban pajak perusahaan. GCG telah mengarah sebagai suatu bentuk wadah yang telah mengakomodasi hubungan usaha dengan lingkungan usaha dan masyarakat (Damayanty et al., 2021). Praktik dan pengungkapan CSR merupakan konsekuensi dari implementasi konsep GCG yang prinsipnya antara lain menyatakan bahwa perusahaan perlu memperhatikan kepentingan *stakeholder* sesuai dengan aturan yang ada dan menjalin kerja sama yang aktif dengan *stakeholder* demi kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan. Selain itu, konsep GCG dapat dijadikan sebagai sarana pendukung terhadap praktik dan pengungkapan CSR (Mappadang, 2021). Mekanisme internal *Corporate Governance* (CG) mendorong kejujuran dan keterbukaan dalam menyampaikan informasi secara teratur dan sistematis kepada berbagai pemangku kepentingan. Mekanisme CG eksternal menyangkut kerangka hukum, memastikan bahwa kepentingan *stakeholder* dilindungi.

Menurut (Al Maeeni et al., 2022) persentase *Corporate Governance* dapat diukur melalui *board size* yaitu dengan jumlah dewan komisaris ditambah dengan jumlah dewan direksi, lalu dapat diukur juga dengan *board independent* yaitu dengan jumlah dewan komisaris independen dibagi dengan total anggota dewan komisaris, selain itu juga dengan *women on board* yaitu dengan jumlah dewan direksi bergender perempuan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Damayanty et al., 2021) berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan dalam penelitian (Mappadang, 2021) tidak berpengaruh terhadap CSR.

Variabel kedua yang digunakan oleh penelitian ini adalah pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan juga termasuk salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Pertumbuhan perusahaan merupakan peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan tinggi akan mendapatkan lebih banyak sorotan sehingga dapat diprediksi akan lebih banyak dalam melaksanakan pengungkapan CSR nya (Widiastuti et al., 2018). (Munsaidah et al., 2016) mengatakan bahwa pertumbuhan perusahaan (*growth*) merupakan tingkat pertumbuhan perusahaan yang diukur dengan pertumbuhan penjualan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan (*growth*) merupakan salah satu pertimbangan para investor dalam menanamkan investasinya.

Melalui pertumbuhan tersebut, investor dapat melihat tingkat kinerja keuangan suatu perusahaan. Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi maka akan memberikan keuntungan yang tinggi juga di masa depan. Hasil penelitian (Wigrhayati, 2020) berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan menurut penelitian (Tasya, 2017) tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Variabel ketiga yang digunakan oleh penelitian ini adalah *media exposure*. Menurut (Revika Septianingsih & Muslih, 2019) peran media massa dalam lingkungan perusahaan sangat penting dalam rangka membentuk opini masyarakat terhadap suatu aktivitas perusahaan. Pengungkapan CSR dapat dilakukan melalui media, seperti televisi, koran, dan internet. Internet merupakan media yang paling efektif untuk mendukung aktivitas operasional perusahaan. Karena saat ini masyarakat lebih cenderung menggunakan media internet untuk memperoleh informasi daripada melalui televisi maupun media cetak. *Media exposure* merupakan seberapa besar perusahaan dapat dilihat oleh media. Pengkomunikasian CSR melalui media berkaitan dengan pengungkapan CSR, karena akan memotivasi perusahaan untuk meningkatkan kepeduliannya terhadap masalah lingkungan dan sosial sehingga akan lebih banyak dalam mengungkapkan CSR. Selain itu, pengkomunikasian CSR melalui media merupakan bentuk apresiasi kepada perusahaan yang akan mendorong perusahaan untuk mengungkapkan CSR lebih luas (Yuliandhari & Angraini, 2022). Hasil penelitian (Yasin, 2020) berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan dalam penelitian (Sparta & Rheadanti, 2019) tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan uraian dalam latar belakang, serta fenomena yang terjadi dan dari hasil penelitian terdahulu yang bervariasi. Penulis merasa masih relevan untuk menguji kembali variabel-variabel yang berkaitan dengan hal-hal yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Maka judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Corporate Governance, Pertumbuhan Perusahaan, dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi pada Perusahaan Consumer Non-Cyclical yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2021)”**.

1.3 Perumusan Masalah

Perundang-undangan yang memuat kewajiban CSR yaitu UU No. 40 Tahun 2007 pasal 66 ayat 2 bagian c tentang Perseroan Terbatas mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan kegiatan CSR dalam laporan tahunannya. Apabila perusahaan tidak melakukan CSR akan dikenai sanksi seperti peringatan secara tertulis hingga pencabutan izin usaha yang dinyatakan dalam Undang-Undang Penanaman Modal No. 25 Tahun 2007 pasal 15 dan 34. Meskipun telah banyak peraturan yang mengatur mengenai CSR yang dibuat oleh pemerintah, masih terdapat perusahaan di Indonesia yang memiliki permasalahan mengenai pengungkapan CSR. Contohnya pada PT Multi Bintang Indonesia Tbk pengungkapan CSR nya pada menurun sebanyak 47,25%. Selain itu, rata-rata tingkat pengungkapan CSR pada perusahaan *consumer non-cyclical* pada tahun 2018-2021 meningkat tetapi hasil dari rata-rata tidak lebih dari 50%. Perlu dilakukan analisis lebih lanjut untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR.

Berdasarkan masalah diatas, maka pertanyaan terkait penelitian yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *corporate governance*, pertumbuhan perusahaan, *media exposure*, dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan *consumer non-cyclical* yang terdaftar di BEI 2018-2021?
2. Apakah *corporate governance*, pertumbuhan perusahaan, *media exposure*, dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh secara simultan pada perusahaan *consumer non-cyclical* yang terdaftar di BEI periode 2018-2021?
3. Apakah terdapat pengaruh secara parsial:
 - a. *Board Size* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan *consumer non-cyclical* yang terdaftar di BEI periode 2018-2021?
 - b. *Board Independent* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan *consumer non-cyclical* yang terdaftar di BEI periode 2018-2021?

- c. *Women On Board* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan *consumer non-cyclical* yang terdaftar di BEI periode 2018-2021?
- d. Pertumbuhan perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan *consumer non-cyclical* yang terdaftar di BEI periode 2018-2021?
- e. *Media exposure* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan *consumer non-cyclical* yang terdaftar di BEI 2018-2021?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, terdapat tujuan yang ingin diperoleh dari penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui *corporate governance*, pertumbuhan perusahaan, *media exposure*, dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan *consumer non-cyclical* yang terdaftar di BEI periode 2018-2021.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan *corporate governance*, pertumbuhan perusahaan, *media exposure*, dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan *consumer non-cyclical* yang terdaftar di BEI periode 2018-2021.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial:
 - a. *Board Size* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan *consumer non-cyclical* yang terdaftar di BEI periode 2018-2021.
 - b. *Board Independent* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan *consumer non-cyclical* yang terdaftar di BEI periode 2018-2021.
 - c. *Women On Board* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan *consumer non-cyclical* yang terdaftar di BEI periode 2018-2021.

- d. Pertumbuhan perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan *consumer non-cyclical* yang terdaftar di BEI periode 2018-2021.
- e. *Media exposure* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan *consumer non-cyclical* yang terdaftar di BEI periode 2018-2021.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat bagi pihak-pihak yang terbagi atas dua aspek penting:

1.5.1 Aspek Teoritis

Manfaat teoritis yang ingin dicapai penulis dari penelitian ini, antara lain:

- 1) Bagi pihak akademis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan *consumer non-cyclical* yang terdaftar di BEI periode 2018-2021.
- 2) Bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber dan penunjang selanjutnya bagaimana pengaruh *corporate governance*, pertumbuhan perusahaan, dan *media exposure* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan *consumer non-cyclical* yang terdaftar di BEI periode 2018-2021.

1.5.2 Aspek Praktis

Manfaat praktis yang ingin dicapai penulis dari penelitian ini, antara lain:

- 1) Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan memberikan pandangan akan pemikiran terkait pengungkapan CSR pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI sehingga dapat menambah informasi kepada pihak manajemen perusahaan terkait pengungkapan CSR di periode yang akan datang.
- 2) Bagi investor, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusan terkait penanaman modal atau investasi pada suatu perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dikelompokkan kedalam lima bagian yaitu Bab I Pendahuluan, Bab II Tinjauan Pustaka, Bab III Metode Penelitian, Bab IV Hasil Penelitian, dan Bab V Kesimpulan dan Saran. Penjelasan Sistematika Penulisan adalah sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan gambaran secara tepat isi penelitian seperti gambaran umum objek penelitian terkait perusahaan *consumer non-cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021, latar belakang penelitian seperti definisi CSR, fenomena, data-data terkait pengungkapan CSR dengan variabel independennya, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian yaitu aspek teoritis serta praktis, dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini, hal yang dibahas adalah landasan teori pengungkapan CSR. Bab ini memberikan uraian penelitian terdahulu yang digunakan untuk menjadi acuan, kerangka pemikiran yang berisi rangkaian pola pikir untuk memberikan gambaran terkait permasalahan penelitian, hipotesis penelitian untuk hipotesis awal atas permasalahan serta panduan untuk menguji data, dan lingkup penelitian yang menjelaskan batasan serta cakupan pada penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab berisi penegasan terhadap pendekatan, metode, dan teknik dalam melakukan pengumpulan serta melihat temuan yang bisa memberikan jawaban atau permasalahan. Isi bab ini mencakup uraian tentang jenis penelitian, operasionalisasi variabel, populasi, sampel, pengumpulan data, dan teknik penganalisisan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, akan dijelaskan perolehan hasil terkait perumusan masalah dan tujuan penelitian. Bab ini menyajikan dua bagian. Bagian pertama membahas hasil penelitian, dan bagian kedua memberikan penyajian terkait analisis dari hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat peneli.