

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Corporate social responsibility merupakan suatu konsep ataupun tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. Sehingga tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya sekedar pada pemilik atau pemegang saham perusahaan, namun juga kepada mereka para *stakeholders* yang terkait dan terkena dampak dari keberadaan perusahaan (Romadhona, 2020).

Corporate Social Responsibility merupakan sebuah gagasan yang tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tanggung jawab perusahaan juga harus berpijak pada *triple bottom line*. Perusahaan tidak hanya memperhatikan kondisi keuangannya saja tetapi juga harus memperhatikan masalah sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (Panggabean, 2017)

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) sebagai berikut: “*Corporate Social Responsibility is the continuing commitment by business to behave ethically and contribute and society to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well of the local community and contribute and society at larger.*”

Berdasarkan pengertian tersebut, tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu komitmen bisnis yang berkelanjutan untuk memberikan kontribusi bagi perkembangan ekonomi, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan (WBCSD, 2000).

Perbedaan dalam memaknai *corporate social responsibility* oleh perusahaan akan menyebabkan perbedaan implementasi *corporate social responsibility* antar perusahaan pula, tergantung bagaimana perusahaan tersebut memaknai *corporate social responsibility*. Pelaporan *corporate social responsibility* sendiri bersifat sukarela dan tidak ada sanksi yang diberikan secara langsung oleh *stakeholder* dan signifikan berpengaruh langsung terhadap perusahaan. Disinilah letak pentingnya pengaturan *corporate social responsibility* di Indonesia, agar memiliki daya atur, daya ikat, dan daya dorong. *corporate social responsibility* yang semula bersifat voluntary perlu ditingkatkan menjadi *corporate social responsibility* yang lebih bersifat *mandatory* (Afifah, et al. 2021).

Penerapan program *corporate social responsibility* merupakan salah satu bentuk implementasi dari konsep tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*). Diperlukan tata kelola perusahaan yang baik agar perilaku bisnis mempunyai arahan yang bisa dirujuk dengan mengatur hubungan seluruh pemangku kepentingan (*stakeholders*) yang dapat dipenuhi secara proporsional, mencegah kesalahan-kesalahan signifikan dalam strategi korporasi dan memastikan kesalahan-kesalahan yang terjadi dapat segera diperbaiki. Konsep ini mencakup

berbagai kegiatan dan tujuannya adalah untuk mengembangkan masyarakat yang sifatnya produktif dan melibatkan masyarakat didalam dan diluar perusahaan baik segera langsung maupun tidak langsung, meski perusahaan hanya memberikan kontribusi sosial yang kecil kepada masyarakat tetapi diharapkan mampu mengembangkan dan membangun masyarakat dari berbagai bidang (Cahya, 2011).

Praktik *corporate social responsibility* dianggap penting oleh perusahaan karena selain berorientasi terhadap laba, perusahaan juga harus bertanggung jawab terhadap masalah sosial yang mereka timbulkan sebagai akibat dari aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungan. Sehingga, praktik *corporate social responsibility* dianggap sebagai suatu gagasan yang tidak hanya mengacu pada *single bottom line* yaitu tanggung jawab perusahaan yang hanya direfleksikan melalui kondisi keuangannya (*financial*) saja tetapi mengacu pada *tripel bottom lines* yang juga harus ikut memperhatikan masalah lingkungan sosial. Dengan adanya praktik *corporate social responsibility* maka perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan publik terkait pencapaian usaha perbaikan yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat yang merupakan bagian dari para *stakeholders*. Perusahaan dan masyarakat adalah dua buah elemen yang memiliki hubungan saling terkait dalam menjalankan aktivitasnya dengan saling memberi dan membutuhkan (Kurniawati, 2013).

Di Indonesia juga terdapat contoh kasus, terkait permasalahan yang muncul dikarenakan perusahaan dalam melaksanakan operasinya kurang memperhatikan kondisi lingkungan dan sosial di sekitarnya, khususnya perusahaan yang aktivitasnya berkaitan dengan pengelolaan sumber daya alam (ekstraktif). Sebagai

contoh, pada tahun 2022 PT Greenfields terbukti melanggar hukum dengan mencemari lingkungan. Peternakan mereka yang berada di Desa Ngadirenggo, kecamatan Wlingi, dinyatakan bersalah karena membuang limbah kotoran sapi ke sungai, akibatnya sungai yang digunakan untuk ragam kebutuhan rumah tangga menjadi keruh dan berbau dan warga tidak bisa menggunakan sungai tersebut guna mencukupi kebutuhan sehari-hari. (Kompas.com, 2022)

Adapun kasus lain yang melibatkan perusahaan manufaktur, pada tahun 2022 PT Kimu Sukses Abadi yang beroperasi di Kelurahan telaga Asih, kecamatan Cikarang Barat terancam ditutup. Pasalnya, perusahaan yang memproduksi karton box itu telah membuang limbah cair jenis B3 (bahan berbahaya beracun) ke saluran air tanpa melalui prosedur yang ditetapkan pemerintah Kabupaten Bekasi. PT Kimu Sukses Abadi juga membuang air limbah yang menyatu dengan saluran drainase air hujan menuju ke badan air, menyimpan limbah B3 berupa tinta B321-4 di area terbuka di halaman perusahaan, serta belum memiliki persetujuan teknis pemenuhan baku mutu air limbah. (TribunBekasi, 2022)

Jika dilihat dari beberapa kasus diatas, masalah sosial dan lingkungan yang tidak diatur dengan baik oleh perusahaan ternyata memberikan dampak yang sangat besar, bahkan tujuan meraih keuntungan dalam aspek bisnis malah berbalik menjadi kerugian yang berlipat. Oleh karena itu masalah pengelolaan sosial dan lingkungan untuk saat ini tidak bisa menjadi hal marginal, ditempatkan pada aspek yang tidak dianggap penting dalam beroperasinya perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan atau dikenal dengan istilah *Corporate Social responsibility* (CSR), merupakan aspek penting yang harus dilakukan perusahaan dalam

operasionalnya. Hal tersebut bukan semata-mata memenuhi peraturan perundang-undangan sebagaimana untuk perusahaan tambang diatur dalam Undang-undang No. 22 tahun 2001, maupun untuk Perseroan Terbatas (PT) diatur dalam Undang-undang No. 40 pasal 74 tahun 2007, melainkan secara logis terdapat hukum sebab akibat, dimana ketika operasional perusahaan memberikan dampak negatif, maka akan muncul respon negatif yang jauh lebih besar dari masyarakat maupun lingkungan yang dirugikan (Rahmatullah, 2011).

Faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan mengungkapkan kebijakan pengungkapan *corporate social responsibility*, secara garis besar dapat diidentifikasi dua kelompok besar yaitu faktor eksternal dan faktor internal perusahaan. Faktor internal perusahaan meliputi struktur kepemilikan, ukuran perusahaan, *profile*, ukuran dewan komisaris, *leverage*, profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, status perusahaan, tipe industri, tujuan internal perusahaan, dan dividen. Sedangkan faktor eksternal meliputi sistem pasar, sistem politik, sistem pengetahuan dan sistem sosial (Lynes & Andrachuk, 2008).

Menurut Craven & Shrives (2022: 35) faktor yang mempengaruhi implementasi dan pengungkapan *corporate social responsibility* diantaranya adalah *political economy theory*, *legitimacy theory*, dan *stakeholder theory*. Sedangkan menurut Haigh & Jones (2006: 18) mengungkapkan bahwa terdapat faktor yang mempengaruhi praktik *corporate social responsibility* oleh perusahaan. Keenam faktor tersebut adalah *internal pressures on business managers*, *pressures from business competitors*, *investors and consumers*, and *regulatory pressures coming from governments and non-governmental organizations* (Rochayatun, 2016).

Menurut Ersyafdi, dkk (2015) faktor yang dapat mempengaruhi pertanggungjawaban sosial, seperti ukuran perusahaan, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, maupun profil, umur perusahaan, biaya ekspolarasi, *leverage*, likuiditas, kepemilikan saham, komisaris independen, komite audit, pertumbuhan, media *exposure*, tipe industri, nilai perusahaan yang dianggap sebagai variabel penduga dalam pengungkapan pertanggungjawaban sosial. Menurut Sumilat & Destriana (2017) Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*, yaitu kepemilikan manajerial, kepemilikan publik, kepemilikan asing, independensi dewan direksi, komite audit, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan, umur perusahaan, *leverage*, profitabilitas, likuiditas.

World Bank mendefinisikan *Good Corporate Governance* “adalah kumpulan hukum, peraturan dan kaidah-kaidah yang wajib dipenuhi yang dapat mendorong kinerja sumber-sumber perusahaan bekerja secara efisien, menghasilkan nilai ekonomi jangka panjang yang berkesinambungan bagi para pemegang saham maupun masyarakat sekitar secara keseluruhan”. *Forum for Corporate Governance in Indonesia* (2015) mendefinisikan *corporate governance* sebagai: “seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang, pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan, serta para pemegang kepentingan internal dan eksternal lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka atau dengan kata lain suatu sistem yang mengendalikan perusahaan. Tujuan *corporate governance* ialah untuk menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan (*stakeholder*)” (Emirzon, 2006: 95).

Karakteristik perusahaan adalah ciri khas suatu entitas usaha. Karakteristik tersebut bisa dilihat dari jenis usahanya, ukuran perusahaan, tingkat profitabilitas, tingkat likuiditas dan keputusan investasi. Selain pemimpin perusahaan, karakteristik perusahaan juga menjadi salah satu faktor penentu dalam pengambilan tindakan *Corporate social responsibility* (Rahma dan Hersugondo. 2022).

Menurut Chen (2019) menjelaskan bahwa dewan komisaris adalah sekelompok orang yang bertugas melakukan pengawasan kegiatan perusahaan sekaligus memberi nasihat kepada direksi dan memonitori tindakan yang dilakukan manajemen. Ukuran dewan komisaris adalah banyaknya jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan. Terkait ukuran dewan komisaris dijelaskan pada Nomor 33 POJK.04 Tahun 2014 Bab III Bagian Kesatu Pasal 20 yang berisi, dewan komisaris paling kurang terdiri dari dua orang dengan salah satu diantaranya adalah dewan komisaris independen, dalam hal dewan komisaris terdiri lebih dari dua orang, jumlah dewan komisaris independen wajib paling kurang 30% (tiga puluh persen dari jumlah seluruh anggota dewan komisaris. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Handayani (2022), Yusran (2018), Oktavila (2019), Wiyuda dan Pramono (2017) dan Hunardy (2017) menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan hasil penelitian Septianingsih (2019) dan Zulhaimi (2019) menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Ukuran perusahaan menjadi penentu terhadap luasan aspek yang dapat dijangkau dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Besar kecilnya

perusahaan akan berpengaruh terhadap aktivitas yang dilakukan oleh suatu perusahaan. Perusahaan yang memiliki skala ukuran yang besar akan melakukan aktivitas produksi yang besar, sehingga dampak lingkungan yang dihasilkan dari proses produksi ini juga akan sangat besar pengaruhnya terhadap lingkungan. Sebaliknya perusahaan dengan skala ukuran kecil akan melakukan aktivitas produksi yang tidak begitu besar, sehingga dampak yang ditimbulkan bagi lingkungan tidak sebesar dampak yang dihasilkan oleh perusahaan berskala besar. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Wijaya (2012), Ayu *et al.* (2013), Vioirentina & Febriany (2022), Aulia & Agustina (2015), Al-Gamrh & Al-Dhamari (2016) dan Trisnawati (2014) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Oktariani & Mimba (2014) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Profitabilitas memberikan manajemen kebebasan dan fleksibilitas dalam mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada para pemegang saham (Heinze, 1976). Dengan profitabilitas tinggi yang dimiliki oleh perusahaan membuat perusahaan merasa mempunyai tanggung jawab dalam melaporkan aktivitas pertanggungjawaban sosial dan lingkungan kepada para pemegang saham. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Oktariani & Mimba (2014), Aulia & Agustina (2015), Widayuni & Harto (2019), dan Alwi (2019) membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Wijaya (2012), Ayu *et al.*

(2013) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Kepemilikan manajerial merupakan kondisi yang menunjukkan bahwa manajer memiliki saham dalam perusahaan atau manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan (Rustiarini, et al. 2021). Pihak tersebut adalah mereka yang duduk di dewan komisaris dan dewan direksi perusahaan. Dengan menambah jumlah kepemilikan manajerial, maka manajemen akan merasakan dampak langsung atas keputusan yang mereka ambil karena mereka menjadi pemilik perusahaan (Jensen & Meckling, 1976: 86). Peningkatan atas kepemilikan manajerial akan membuat kekayaan manajemen, secara pribadi semakin terikat dengan perusahaan sehingga manajemen akan berusaha mengurangi resiko kehilangan kekayaannya. Oleh karena itu dengan adanya kepemilikan manajerial maka manajer dapat menentukan strategi dan kebijakan-kebijakan mengenai perlakuan sosial organisasi (Khan *et al.*, 2013). Penelitian Listyaningsih *et al.* (2018), Wardah (2020), Erawati (2021), Singal & Putra (2019) serta Anissa & Machdar (2019) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan hasil penelitian Sukasih (2017) dan Rivandi dan Putri (2021) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Komite audit menurut Erawati (2021) yaitu pihak yang membantu dewan komisaris dalam menjalankan tugas dan kewajibannya. Adanya komite audit diharapkan mampu mendukung kinerja dewan komisaris dalam pengungkapan

laporan tanggung jawab sosial yang bertujuan untuk mengatasi adanya konflik kepentingan yang timbul antara pihak manajemen perusahaan. Salah satu informasi yang diberikan perusahaan kepada *stakeholder* yaitu pengungkapan *corporate social responsibility*. Besarnya komite audit dalam perusahaan sebagai salah satu mekanisme dalam *good corporate governance*, diharapkan dapat melakukan pengawasan terhadap manajemen lebih baik dalam mewujudkan asas responsibilitas atau tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan, sehingga keinginan *stakeholder* untuk melaksanakan *corporate social responsibility* dan mengungkapkannya ke khalayak publik dapat terjamin. Selain itu juga memberikan bukti bahwa perusahaan telah melakukan aktivitas usaha sesuai dengan norma dan nilai sosial yang berlaku di masyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh Yusran (2018), Oktavila (2019), Dewi (2022) dan Erawati (2021) menunjukkan bahwa ukuran komite audit memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. namun penelitian itu berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Wiyuda dan Pramono (2017) dan Thasya (2020) menyatakan bahwa ukuran komite audit berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pada penelitian ini objek penelitian yang digunakan adalah perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2021. Menurut UU no 40 pasal 74 tahun 2007 perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya dan berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Menggunakan laporan perusahaan manufaktur karena perusahaan manufaktur

dianggap memiliki proses rantai bisnis industri yang lebih panjang jika dibandingkan dengan proses rantai bisnis industri yang lain.

Motivasi penelitian ini berdasarkan adanya hasil yang tidak konsisten mengenai penelitian terdahulu atas beberapa variabel yang berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* masih menunjukkan hasil yang berbeda-beda, bahkan bertentangan antara hasil penelitian yang satu dengan yang lainnya. Hal inilah yang akan menjadi *research gap* dalam penelitian ini, sehingga sangat menarik dan perlu dilakukan penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan *research gap* tersebut.

Adapun dasar-dasar ayat Al-Qur'an menurut sudut pandang Islam terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai berikut:

﴿لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَآتَى الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ وَالضَّرَّاءِ وَحِينَ الْبَأْسِ أُولَٰئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ﴾

Artinya: “Kebajikan itu bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat, melainkan kebajikan itu ialah (kebajikan) orang yang beriman kepada Allah, hari Akhir, malaikat-malaikat, kitab suci, dan nabi-nabi; memberikan harta yang dicintainya kepada kerabat, anak yatim, orang miskin, musafir, peminta-minta, dan (memerdekakan) hamba sahaya; melaksanakan salat; menunaikan zakat; menepati janji apabila berjanji; sabar dalam kemelaratan, penderitaan, dan pada masa peperangan. Mereka itulah orang-orang yang benar dan mereka itulah orang-orang yang bertakwa.” (QS. Al-Baqarah [2]: 177).

Dari ayat di atas, dapat disimpulkan bahwa Islam adalah agama yang mempromosikan pentingnya nilai-nilai sosial di kalangan masyarakat umum, meskipun hanya dilakukan secara teratur. Tanpa mengurangi pentingnya shalat

dalam Islam, Al Quran mengintegrasikan makna dan tujuan shalat dengan norma-norma sosial.

Dengan berbeda-bedanya hasil penelitian diatas, akhirnya dalam penelitian ini berkesimpulan untuk membuat penelitian yang menguji pengaruh *good corporate governance* yang diproksikan dengan ukuran dewan komisaris, ukuran komite audit, kepemilikan manajerial, serta dengan karakteristik perusahaan yang diproksikan dengan ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab perusahaan. Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian ini diberi judul, **“Pengaruh *Good Corporate Governance* Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility* Serta Ditinjau Dari Sudut Pandang Islam Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021“**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
2. Apakah ukuran komite audit berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
3. Apakah kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate*

social responsibility?

5. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
6. Bagaimanakah tinjauan dari sudut pandang islam tentang *corporate social responsibility, good corporate governance* yang diproksikan dengan ukuran dewan komisaris, ukuran komite audit, serta kepemilikan manajerial yang diproksikan dengan ukuran perusahaan, profitabilitas.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah disebutkan sebelumnya, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
2. Untuk mengetahui pengaruh ukuran komite audit terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
4. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
5. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
6. Untuk mengetahui tinjauan dari sudut pandang islam tentang *corporate social responsibility, good corporate governance* yang diproksikan dengan

ukuran dewan komisaris, ukuran komite audit, serta kepemilikan manajerial yang diproksikan dengan ukuran perusahaan, profitabilitas.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan untuk penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan evaluasi dari teori dengan keadaan yang ada di lapangan dan memberikan kontribusi pada perkembangan teori serta menambah khasanah yang baru dalam ilmu pengetahuan dan saling melengkapi dengan penelitian sebelumnya maupun yang akan dilakukan oleh para peneliti sesudahnya serta penelitian ini diharapkan dapat memacu penelitian yang lebih baik mengenai pengaruh *good corporate governance* dan karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

2. Manfaat praktis

a. Bagi perusahaan

Sebagai masukan dan bahan pertimbangan dalam mengambil kebijakan menyangkut pengungkapan *corporate social responsibility*.

b. Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi investor dan calon investor yang tertarik menanamkan modalnya melalui pasar modal agar lebih berhati-hati dalam mencermati kualitas laporan keuangan maupun laporan keberlanjutan yang diterbitkan dan hasil penelitian ini

dapat dijadikan referensi tambahan dalam mempertimbangkan keputusan investasi.

c. Bagi penelitian berikutnya

Sebagai tambahan pengetahuan mengenai pengungkapan *corporate social responsibility* dalam laporan keberlanjutan dan menambah referensi tentang *corporate social responsibility*.