

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

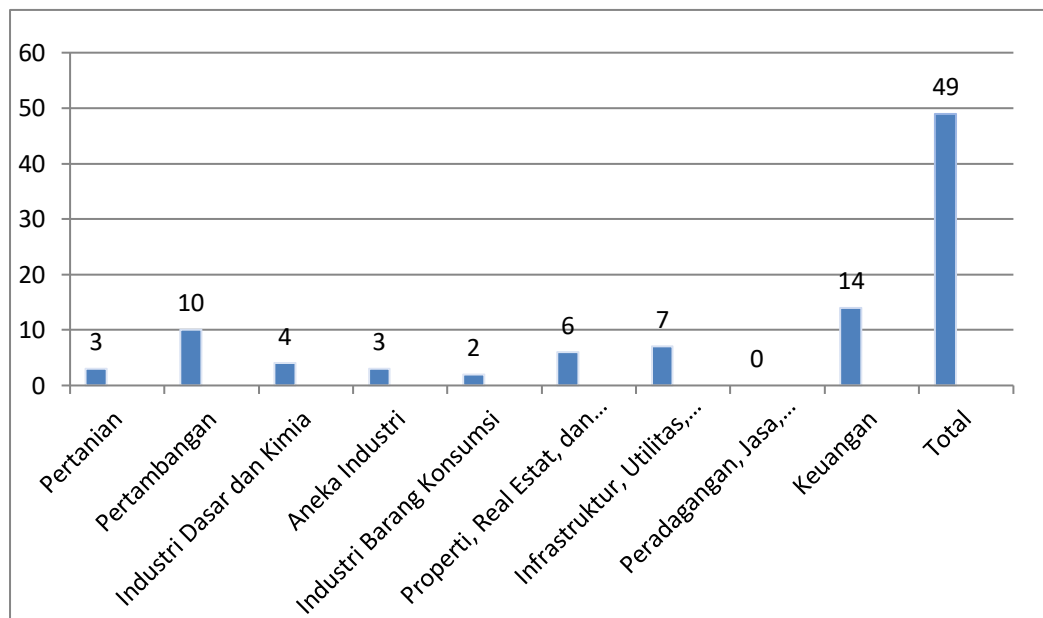
Setiap perusahaan selalu dituntut untuk mengikuti permintaan pasar. Tuntutan ini dipenuhi untuk mencapai tujuan perusahaan dalam memperoleh laba. Namun selain itu, perusahaan juga mendapat tuntutan dalam pertanggungjawabannya terhadap lingkungan sosial di masyarakat. Perusahaan diharapkan mampu membantu meningkatkan kualitas lingkungan dengan turut berkontribusi aktif di tengah masyarakat. Tanggung jawab sosial ini kemudian menjadi paradigma baru dalam suatu pembangunan berkelanjutan. *The International Union for the Conservation of Nature Influential World Conservation Strategy* atau *Uni International* untuk Konservasi Alam sejak tahun 1980 mengajukan rancangan Pembangunan Berkelanjutan, atau sebuah pembangunan yang meninjau fungsi ekosistem dan keanekaragaman hayati, pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) menjadi rancangan pembangunan di berbagai negara belahan dunia. Prinsip dalam pembangunan berkelanjutan adalah membangun untuk saat ini tanpa perlu mengorbankan kepentingan di masa yang akan datang (Susanto dan Joshua, 2017).

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) dapat digambarkan sebagai suatu ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan yang berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya (Setiawati, Zulfikar dan Artha, 2013).

Tuntutan terkait pengungkapan CSR kini sudah semakin disadari perusahaan sebagai bentuk kepedulian terhadap kepentingan *stakeholder*. Hal ini dapat ditunjukkan dengan adanya berbagai perusahaan yang mulai melakukan pengungkapan CSR kepada publik. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga melakukan analisis terkait jumlah emiten yang telah melakukan pengungkapan CSR pada tahun 2016. Berdasarkan analisis tersebut, dari 539 perusahaan efek yang terdaftar, yang telah melakukan penerbitan *sustainability report* sejumlah 49 perusahaan dengan 14 perusahaan berasal dari sektor keuangan.

Gambar 1.1

**Jumlah Emiten Berdasarkan Sektor yang Melakukan Penerbitan
Sustainability Report Tahun 2016.**



Sumber : Otoritas Jasa Keuangan (2017)

Wacana mengenai CSR, kini menjadi isu yang semakin populer dan mendapat perhatian khusus karena dianggap penting baik dari kalangan dunia usaha hingga pihak-pihak terkait. Selain itu perusahaan juga menyadari bahwa melalui CSR perusahaan dapat membangun reputasi atau citra perusahaan di pandangan para pemegang sahamnya, dapat membawa keberuntungan bagi perusahaan, dan dapat menjamin keberlangsungan usaha (Setiawati, Zulfikar, dan Artha, 2013). Citra yang berhasil terbentuk dengan baik, akan membantu perusahaan dalam meningkatkan eksistensi dari merek perusahaan. Perusahaan juga menggunakan CSR sebagai sarana komunikasi kepada publik untuk meningkatkan perhatiannya kepada perusahaan. Suatu pemberitaan mengenai CSR yang dilakukan oleh perusahaan menjadi contoh dari usaha perusahaan untuk meningkatkan citranya.

Bank BRI dapat menjadi salah satu contoh perusahaan yang melakukan CSR dalam bentuk penyaluran bibit pohon durian bawor di daerah Banyumas, Jawa Tengah dan ter-*publish* dalam pemberitaan tempo.co pada 6 November 2020. Berdasarkan pemberitaan tersebut menyatakan bahwa BRI turut memberdayakan ekonomi desa yang disalurkan kepada salah satu platform daring, *benihbaik.com*. Dengan mengambil tema “Satu Pohon Satu Keluarga”, BRI turut membantu sebesar Rp 750 juta dalam bentuk 4.320 bibit Durian Bawor. Selain itu juga terdapat PaninBank yang menyelenggarakan program "PaninPeduli", sebuah aksi donasi dari karyawan nasabah PaninBank dengan tujuan membantu mereka yang tengah berjuang melawan efek pandemi Covid-19. Berita yang tertulis pada CNBC Indonesia pada 1

November 2020 menuliskan bahwa bantuan disalurkan kepada pengemudi taksi & ojek online, panti asuhan, dan kelompok masyarakat yang terdampak lainnya. Perseroan juga menyalurkan bantuan berupa Alat Pelindung Diri (APD) pada petugas kesehatan yang disalurkan melalui rumah-rumah Sakit, Palang Merah Indonesia, dan yayasan-yayasan kemanusiaan terpercaya.

Pemerintah juga mendukung perusahaan untuk melakukan pelaporan keberlanjutan terkait tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR terhadap masyarakat yang tertuang dalam Undang – Undang No. 40 Tahun 2007 Pasal 1 angka 3 tentang Perseroan Terbatas berbunyi tanggung jawab sosial dan lingkungan yang merupakan komitmen perseroan atau badan usaha untuk berperan aktif dalam pengembangan ekonomi untuk meningkatkan kualitas lingkungan dan kehidupan yang bermanfaat bagi perseroan dan juga masyarakat setempat. Selain itu pada pasal 66 tentang perseroan terbatas tentang perseroan terbatas menjelaskan laporan tahunan sebagaimana dimaksud pada ayat 2 bagian (c) disebutkan bahwa perusahaan juga harus memuat sekurang-kurangnya membuat laporan pelaksanaan pertanggungjawaban lingkungan dan sosial selain berdasarkan laporan keuangan dan laporan tentang kegiatan perseroan.

Penegasan terkait pelaksanaan tanggung jawab sosial juga dimuat dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UU PM) pasal 15 poin b menyatakan bahwa setiap penanaman modal wajib melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Jika tidak, maka sanksi dapat dikenai sesuai dengan pasal 34 ayat (1) yaitu mulai peringatan tertulis,

pembatasan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal, atau pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal. Adanya peraturan pemerintah yang mengatur tentang tanggung jawab sosial ini menjadikan perubahan paradigma pengungkapan CSR yang semula bersifat *voluntary* (sukarela) menjadi *mandatory* (wajib), karena dalam peraturan-peraturan tersebut dijelaskan bahwa terdapat pengenaan sanksi yang akan diberikan bagi perusahaan yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosialnya.

Pengungkapan mengenai tanggung jawab sosial yang diungkapkan per tahun melalui *Sustainability Report* (SR) atau laporan keberlanjutan ini pertama kali diperkenalkan oleh NCSR (*National Center for Sustainability Reporting*). Berdasarkan penjelasan dari website resminya sendiri, NCSR merupakan sebuah badan atau organisasi independen dengan tujuan untuk memberikan sosialisasi terkait sistem pelaporan keberlanjutan di Indonesia. Ali Darwin selaku ketua NCSR mengatakan bahwa pada awal tahun 2005, hanya terdapat satu perusahaan yang membuat laporan.

Setelah diadakannya ISRA (*Indonesia Sustainability Reporting Award*) sebagai bentuk apresiasi NCSR terhadap perusahaan yang telah melakukan laporan keberlanjutan, pada setiap tahunnya ada kurang lebih enam sampai 10 perusahaan baru yang membuat laporan keberlanjutan. Pada tahun 2018 ISRA diganti menjadi ASRRAT (*Asia Sustainability Reporting Rating*) dan pada tahun 2019 terdapat 50 perusahaan yang terdaftar menjadi peserta. Perbedaan antara ASRR dan tahun-tahun ISRA adalah sistem yang telah

diubah dari *Winner* menjadi *Rating*. Semua peserta akan diberikan penghargaan, tetapi dengan jenis yang berbeda satu sama lain. Tujuan dari pembuatan laporan keberlanjutan sendiri adalah untuk menjadi penilaian terkait kemampuan perusahaan dalam mengatasi berbagai isu keberlanjutan. Pembuatan laporan keberlanjutan sendiri juga mengacu pada standar pelaporan yang dikeluarkan oleh GRI (*The Global Reporting Initiative*) (www.ncsr-id.org).

Perbankan berdasarkan penjelasan yang diperoleh dari *website* resmi OJK, memiliki fungsi utama yaitu sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat, menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan pembangunan dan hasil-hasilnya, stabilitas nasional dan pertumbuhan ekonomi ke arah peningkatan taraf hidup masyarakat. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 mengenai Perbankan, Bank sendiri memiliki arti sebagai perusahaan yang mengumpulkan dana dari masyarakat berbentuk simpanan dan memberikannya pada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau lainnya sebagai upaya meningkatkan taraf hidup masyarakat. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa keberadaan perusahaan sektor perbankan menjadi sangat penting dalam perekonomian modern saat ini. Bank menjadi perusahaan keuangan dengan bergerak dalam memberikan layanan jasa keuangan yang mengandalkan kepercayaan dari masyarakat dalam mengelola dana masyarakat.

Perbankan memiliki andil penting dalam pertumbuhan ekonomi sebagai penggerak dari seluruh sektor. Berdasarkan berita yang dilansir dari kontan.co.id menyatakan bahwa di Indonesia sendiri, rasio aset perbankan terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) sebesar 55,01% per akhir 2019. Oleh karena itu wajar jika perbankan diharapkan tidak hanya berfokus terhadap keuangan atau berfokus pada tugas utamanya, namun juga mempunyai nilai tanggung jawab sosial yang tinggi kepada masyarakat sekitar. Sayangnya, masih sedikit perusahaan perbankan yang tergerak untuk melakukan pengungkapan CSR dalam bentuk laporan keberlanjutan. Sedangkan melalui laporan keberlanjutan tersebut publik, utamanya *stakeholder* dapat lebih mudah mengamati sejauh mana kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan.

Gambar 1.2

Jumlah Emiten Jasa Keuangan yang Menerbitkan Laporan Keberlanjutan



Sumber : Otoritas Jasa Keuangan (2017)

Gambar 1.3

Presentase Perusahaan Lembaga Jasa Keuangan yang Menerbitkan Laporan Keberlanjutan



Sumber : Otoritas Jasa Keuangan (2017)

Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh OJK pada tahun 2016 menunjukkan hasil bahwa lembaga jasa keuangan yang melakukan pelaporan keberlanjutan, 89% berasal dari perusahaan bank. Namun, perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI dan telah melakukan pelaporan dalam bentuk *sustainability report* hanya dilakukan oleh 12 perusahaan. Perusahaan tersebut terdiri dari 8 Bank BUKU 3 dan 4 Bank BUKU 4. Berdasarkan data yang terdapat pada *website database* GRI, hanya 19 perusahaan Perbankan yang telah menerbitkan *sustainability report* dengan standar GRI dan terdaftar di BEI pada periode tahun 2013-2017. Periode tahun 2018-2019 belum dapat diakses pada *website* ini dikarenakan pengumpulan data yang sedang berlangsung dan proses Registrasi Laporan Standar, maka pencarian

pada filter tahun laporan dinonaktifkan untuk tahun 2018 dan 2019. Perubahan ini dilakukan untuk menghindari kesalahan interpretasi data.

Penelitian ini berfokus pada perusahaan yang menggunakan pengungkapan dengan standar GRI karena GRI merupakan sebuah standar yang dibuat bekerjasama dengan pebisnis, investor, pemerintah, masyarakat sipil, buruh, dan pakar lainnya serta digunakan oleh organisasi di seluruh dunia (GRI, 2020). GRI membantu organisasi mengungkapkan transparansi dan tanggungjawabnya dengan standar global yang digunakan dunia untuk laporan keberlanjutan. GRI dibuat dengan tujuan agar dapat mengungkapkan dampak dari pengungkapan yang paling penting, baik positif maupun negatif, pada lingkungan, masyarakat, dan ekonomi. Selain itu, perusahaan mampu menghasilkan informasi yang dapat dipercaya, relevan, dan dapat digunakan untuk menilai setiap peluang maupun risiko, dan mengungkapkan lebih banyak informasi guna pengambilan keputusan yang tepat.

Perbankan merupakan perusahaan yang memiliki aktivitas bisnis sedikit berbeda jika dibandingkan emiten sektor lain. Kegiatan bisnis yang dilakukan oleh perusahaan sektor Perbankan tidak berdampak langsung terhadap sosial dan lingkungan. Namun di lain sisi, perbankan juga memiliki dampak secara tidak langsung pada lingkungan maupun sosial melalui proyek keuangan perusahaan, hal ini yang membuat perusahaan perbankan dituntut untuk harus melakukan kegiatan CSR. Selain itu perusahaan perbankan merupakan perusahaan yang berjalan dengan asas kepercayaan yang diberikan oleh masyarakat sebagai konsumen. Pengungkapan CSR ini juga sebagai bentuk

pertanggungjawaban atas kepercayaan yang telah diberikan konsumen dengan memberikan transparansi pada kegiatan laporan keuangan dan keberlanjutannya. Kemampuan perusahaan dalam mengungkapkan CSR berdasarkan karakteristik perusahaan yang dimiliki menjadi pertimbangan tersendiri bagi investor sebelum memutuskan untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan oleh (Setiawati, Zulfikar, dan Artha, 2013).

Pengungkapan CSR pada masing-masing perusahaan akan berbeda tergantung pada karakteristik yang dimiliki oleh perusahaan. Karakteristik perusahaan merupakan ciri khusus yang menjadi suatu pembeda antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Semakin kuat karakteristik suatu perusahaan, maka akan semakin banyak tekanan yang diterima perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya (Putri dan Gunawan, 2019). Karakteristik perusahaan diklasifikasikan melalui 3 (tiga) pendekatan, yaitu struktur, kinerja dan pasar (Lang dan Lundolm: 1993 dalam Restanti dan Husain, 2020). Dalam karakteristik struktur dapat diukur dengan *size* perusahaan dan *leverage*, untuk kinerja diukur melalui profitabilitas, serta pasar diukur berdasarkan umur *listing* perusahaan.

Karakteristik perusahaan berupa ukuran perusahaan (*size*) sebagai tolak ukur yang menjelaskan penyebab perusahaan terlibat dalam praktik pengungkapan tanggung jawab sosial. Pengungkapan tanggung jawab sosial akan terlihat berbeda jika konsep CSR dapat dilaksanakan sesuai dengan prinsip dan ketentuan dari perusahaan, serta selalu dilakukan perbaikan secara teratur (Putri, 2016). Perusahaan dengan ukuran besar adalah

perusahaan yang mendapat sorotan publik paling banyak, sehingga perusahaan akan melakukan pengungkapan lebih besar sebagai bentuk pengurangan biaya politis untuk menunjukkan wujud tanggung jawab sosial perusahaan.

Leverage dapat didefinisikan sebagai jumlah pendanaan utang dalam struktur modal suatu perusahaan (Subramanyam, 2014:565). *Leverage* memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan dana yang berasal dari kreditor perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat rasio *leverage* tinggi, memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih luas dibanding perusahaan dengan tingkat rasio *leverage* yang rendah. Semakin luas pengungkapan yang dilakukan, maka akan semakin banyak informasi yang dapat diperoleh investor. Pengungkapan yang luas ini dilakukan supaya investor dapat memperoleh keyakinan atas terjaminnya dana mereka dengan penggunaan yang baik pada sejumlah dana yang dikucurkan sebagai hutang. Pengukuran *leverage* dapat dilakukan dengan rasio *Debt to Equity Ratio* (DER) yang melakukan penghitungan melalui total hutang per total ekuitas. Perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* tinggi akan lebih luas dalam mengungkapkan kegiatan (*Corporate Social Responsibility Disclosure*) CSR. Hal ini lantaran perusahaan berusaha mengurangi sorotan dari debitur, sehingga perusahaan dituntut untuk lebih aktif melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya.

Profitabilitas menunjukkan seberapa besar kinerja operasional perusahaan dalam menghasilkan atau memperoleh keuntungan. Perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi, maka akan mempunyai kecukupan dalam pendanaan internal, termasuk dalam pendanaan yang digunakan oleh perusahaan dalam melakukan pengungkapan CSR (Cuaca, 2020). Secara tidak langsung, ini juga akan mampu menarik minat investor untuk melakukan penanaman modal dalam perusahaan tersebut. Jika suatu perusahaan memiliki tingkat (*Return on Asset*) ROA tinggi, maka perusahaan tersebut akan memiliki dana cukup untuk dialokasikan pada kegiatan sosial dan lingkungan sehingga tingkat pengungkapan CSR perusahaan akan tinggi.

Umur perusahaan juga faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial. Cahyani dan Suryaningsih (2016) berpendapat bahwa variabel umur perusahaan dimulai sejak perusahaan terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia. Ketika umur *listing* perusahaan suatu perusahaan semakin lama berdiri, maka seharusnya tingkat kesadaran perusahaan dalam mengungkapkan CSR juga semakin tinggi. Lamanya umur *listing* menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mampu bersaing dengan perusahaan lain dibidangnya dan lebih mengerti informasi-informasi apa saja yang sebaiknya diungkapkan dalam laporan tahunan maupun dalam laporan keberlanjutan.

Umumnya perusahaan dengan ukuran besar akan mengungkapkan lebih banyak informasi dibandingkan dengan perusahaan kecil. Hal ini lantaran perusahaan besar mendapat sorotan lebih dari publik. Oleh karena itu

perusahaan besar cenderung akan membuat pengungkapan CSR ke publik utamanya dalam bentuk *sustainability report*. Pengungkapan CSR perusahaan sendiri juga memiliki nilai lebih untuk meningkatkan kredibilitas dari perusahaan. Pengungkapan CSR pun juga dapat dilihat berdasarkan karakteristik perusahaan tersebut. Namun beberapa penelitian yang dilakukan terkait pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan CSR menunjukkan hasil akhir yang berbeda-beda. Melihat hal tersebut menjadikan peneliti melakukan penelitian kembali untuk mengetahui faktor yang membuat perusahaan ingin melakukan dan mengungkapkan pertanggungjawaban sosialnya.

Berbagai penelitian yang dilakukan menunjukkan hasil yang tidak serupa. Pada variabel ukuran perusahaan atau *size* perusahaan dalam beberapa penelitian memiliki pengaruh signifikan positif terhadap pelaporan CSR yang diungkapkan oleh Pamungkas (2018), Amalia (2016), Irham, Yuliana, dan Widiyanti, (2018), serta Susanto dan Joshua (2017). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Pare, Sondakh, dan Morasa (2017) serta penelitian Manurung dan Muid (2015) menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif atau tidak memiliki pengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Penelitian yang dilakukan untuk melihat pengaruh variabel *leverage* terhadap CSRD juga diungkapkan oleh Susanto dan Joshua (2017), Sari dan Nuzula (2019) yang menyatakan bahwa variabel *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Sedangkan berdasarkan penelitian Putri dan Gunawan (2019), Setiawati, Zulfikar, dan Artha (2013), Restanti dan Husain (2020), serta Liani dan Yusrizal (2019) dalam penelitian yang dilakukan mengungkapkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Profitabilitas berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Amalia (2016), Pamungkas (2018), Sari dan Nuzula (2019), serta Restanti dan Husain (2020), menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Setiawati, Zulfikar, dan Artha (2013), serta Pare, Sondakh. dan Morasa (2017) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif atau tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Umur *listing* perusahaan berdasarkan hasil penelitian dari Sari dan Nuzula (2019), serta penelitian Pare, Sondakh. dan Morasa (2017) menunjukkan hasil bahwa umur perusahaan memiliki pengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Namun penelitian lain juga menghasilkan kesimpulan yang berbeda. Berdasarkan penelitian Liani dan Yusrizal (2019), serta penelitian Cahyani dan Suryaningsih (2016) menyatakan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Mengingat tidak konsistenan hasil dari berbagai penelitian yang dilakukan terkait pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan

CSR, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kembali dengan karakteristik perusahaan menggunakan ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas, dan umur *listing* perusahaan untuk mengungkapkan pengaruhnya terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada Perusahaan Perbankan. Penelitian ini mengangkat judul yaitu **“PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE (CSR) PADA PERUSAHAAN PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE TAHUN 2013-2019”**.

Populasi yang digunakan dalam penelitian pada perusahaan sektor Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pemilihan perusahaan Perbankan sebagai objek penelitian karena perbankan sebagai salah satu penyumbang PDB terbesar, yaitu sebesar 55,01% pada akhir tahun 2019. Selain itu, berdasarkan analisis yang dilakukan oleh OJK pada tahun 2016, dari keseluruhan sektor keuangan, 89% berasal dari perusahaan bank. Namun, hanya 12 perusahaan bank terdaftar di BEI yang melakukan pelaporan dalam bentuk *sustainability report*. Pada *website* GRI untuk periode tahun 2015-2017, hanya 19 perusahaan Bank yang melakukan pelaporan dalam bentuk *sustainability report*. Hal ini menjadikan perhatian publik juga menjadi terpusat pada Perbankan untuk melihat dengan kinerja keuangannya yang baik bagaimana kontribusi yang diberikan perusahaan dalam masyarakat. Untuk mengetahui secara tepat pengaruh dari karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan CSR, maka peneliti menggunakan sampel berupa

perusahaan Perbankan yang mengungkapkan CSR perusahaan melalui *sustainability report*. Berdasarkan *sustainability report* perusahaan akan mengungkapkan secara rinci terkait *Corporate Social Responsibility Disclosure* yang dilakukan oleh perusahaan. *Sustainability report* sendiri diungkapkan dengan berdasarkan indeks *Global Reporting Initiative* (GRI) sebagai standar internasional yang digunakan untuk pengungkapan CSR.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah yang diajukan peneliti sebagai berikut :

1. Apakah ukuran perusahaan (*size*), *leverage*, profitabilitas, dan umur *listing* perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSR) pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2013-2019?
2. Apakah ukuran perusahaan (*size*), *leverage*, profitabilitas, dan umur *listing* perusahaan secara parsial berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSR) pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2013-2019?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian yang dilakukan peneliti sebagai berikut :

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan (*size*), *leverage*, profitabilitas, dan umur *listing* perusahaan secara simultan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSR) pada

Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2013-2019.

2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan (*size*), *leverage*, profitabilitas, dan umur *listing* perusahaan secara parsial terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSR) pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2013-2019.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi terkait analisis pengungkapan CSR sebagai pertanggungjawaban sosial perusahaan. Penelitian ini diharap juga dapat digunakan sebagai sumber literasi atau referensi dan pembanding yang memberikan informasi teoritis dan empiris pada pihak-pihak yang akan melakukan penelitian mengenai permasalahan pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan atau CSR.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan kontribusi dalam pengambilan keputusan investasi bagi investor domestik maupun asing mengenai laporan tahunan untuk

menganalisis pengungkapan CSR perusahaan berdasarkan laporan keberlanjutannya.

b. Bagi Pihak Perusahaan / Manajemen

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan referensi sebelum membuat keputusan terkait kebijakan yang akan dilakukan oleh manajemen perusahaan tentang pengungkapan tanggung jawab lingkungan dan sosial perusahaan dalam laporan keuangan yang disajikan.

c. Manfaat untuk Penelitian yang akan Datang

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengungkapan CSR perusahaan di sektor keuangan perbankan melalui laporan keberlanjutan.