

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan harus mempunyai atau melakukan strategi di era persaingan bisnis yang ketat untuk dapat mempertahankan *eksistensi* bisnisnya, *Corporate social responsibility* (CSR) merupakan salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan *eksistensi* bisnisnya. Perusahaan tidak dihadapkan oleh tanggung jawab yang *single bottomline* yaitu yang hanya pada kondisi keuangan saja, tetapi dengan berkembangnya sebuah konsep *triple bottom line* yang dikemukakan oleh John Elkington pada tahun 1997, sebuah perusahaan dihadapkan pada tiga konsep yaitu *profit*, *people* dan *planet* yang disebut 3P. konsep 3p yaitu tujuan bisnis yang tidak hanya mencari laba atau keuntungan tetapi juga mensejahterakan orang atau rakyat dan menjamin keberlanjutan planet atau lingkungan. (Mujiyati dan Afianto, 2019).

CSR merupakan sebuah komitmen dari perusahaan supaya bertanggungjawab secara ekonomi, social dan lingkungan. Tanggung jawab tersebut untuk mencegah dampak negative dari perusahaan terhadap pihak lain dan lingkungan yang meningkatkan kualitas masyarakat termasuk karyawan, pemasok, pelanggan dan lingkungan sekitar perusahaan. Untuk dapat mewujudkan bisnis secara berkelanjutan perlu

adanya pelaksanaan *corporate social responsibility* oleh setiap perusahaan. (Mujiyati dan Afianto,2019).

Fenomena yang terjadi pada perusahaan makanan dan minuman adalah adanya isu-isu negatif tentang makan dan minuman yang beredar di Indonesia akibat adanya bahan-bahan yang berbahaya dalam produk yang beredar di pasar seperti yang ditemukan dalam oreo bahwa mengandung melamin (Rahmayanti,2015). Masalah Lingkungan hidup Dikalangan masyarakat dunia menjadi suatu pokok pembicaraan. Kurangnya perhatian dalam menjaga pelestarian lingkungan masyarakat menyebabkan berbagai macam kerusakan dan kerugian yang tidak mau bertanggung jawab oleh perusahaan. Maka dari itu, sebuah kesadaran dalam mencegah dan bertanggungjawab social oleh setiap perusahaan supaya terjaga lingkungan hidup yang baik. Bentuk perlakuan tanggung jawab yang dilakukan oleh perusahaan yaitu dengan adanya perlakuan atas pengungkapan tanggung jawab social oleh perusahaan. (Rivandi dan Putra,2019).

Peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah tentang kewajiban semua perusahaan dalam melakukan pengungkapan CSR, mewajibkan semua perusahaan melakukan pengungkapan CSR dan mewajibkan perusahaan untuk bertanggung jawab dan mengungkapkan kegiatan CSR perusahaan kedalam laporan tahunan perusahaan, dimana itu bisa menjadi bukti yang tertulis bahwa perusahaan melakukan pengungkapan CSR. (Rivandi dan Putra,2019). Bentuk Tanggungjawab perusahaan dapat

dilakukan dengan cara melakukan kegiatan yang berhubungan dengan kesejahteraan masyarakat misalnya, melakukan pemeliharaan umum, tidak merusak lingkungan dengan cara tidak membuang limbah perusahaan yang dapat mencemari lingkungan sekitar. Tujuan dilaksanakannya tanggungjawab sosial yaitu untuk melakukan proses komunikasi atas dampak yang terjadi di lingkungan sekitar dari aktivitas perusahaan. (Sulistyorini, 2019).

Perusahaan dan masyarakat saling bersinergi dan berkontribusi dalam menentukan keberhasilan pembangunan ekonomi suatu bangsa dan untuk menjaga keselarasan tersebut, perusahaan menyadari bahwa tidak hanya tanggung jawab pada keuntungan saja tetapi tanggung jawab social juga sangat penting untuk diperhatikan. CSR dimaksudkan supaya dunia usaha meminimalisir dampak buruk yang terjadi akibat aspek social dan lingkungan yang ditimbulkan selama menjalankan seluruh aktivitasnya. Banyaknya kasus sosial dan lingkungan yang terjadi akibat *eksploitasi* sumber daya alam yang berlebihan, keamanan dan kualitas produk, meningkatnya polusi dan limbah, penyalahgunaan investasi dan lain-lain menyebabkan timbulnya perhatian pada penerapan CSR. (Pradnyani dan Sisdyani, 2015)

Pengungkapan CSR bertujuan untuk evaluasi dan alat komunikasi dengan *stakeholder*, sehingga muncul peraturan kebijakan pemerintah nomor 47 mengenai tanggung jawab terhadap social dan lingkungan

perseroan terbatas PP-No. 47 (2012) tentang kewajiban perusahaan untuk memenuhi tanggung jawab social yang tidak menjadi penghalang yang menyulitkan bagi perusahaan. Pada pengungkapann CSR menjadi pencatatan yang penting bagi laporan tahunan. Setiap perusahaan diwajibkan untuk menerbitkan laporan kegiatan CSR pada laporan tahunan perusahaan sebagai bentuk melakukan tanggung jawab sosial berdasarkan peraturan yang berlaku (PP- No.47, 2012) (Rivandi dan Putra,2019).

Corporate social responsibility merupakan bentuk tanggung jawab social perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar yang dapat memberikan keuntungan di masa mendatang. Pengungkapan tanggung jawab social tidak hanya berdampak pada masyarakat dan lingkungan, tetapi juga kepada minat para investor, saat ini banyak perusahaan yang melakukan tanggung jawab social demi menarik para investor supaya mau menanamkan modalnya ke perusahaanya dan memperoleh kepercayaan dari para pemangku kepentingan lainnya. (Kusumawati dan Fauziah, 2020).

Perusahaan merupakan suatu badan yang mempunyai kegiatan tertentu untuk mencapai tujuannya, disamping mencari laba, tujuan perusahaan mencakup pertumbuhan perusahaan yang terus menerus dan kesan yang positif di masyarakat. Dengan menerapkan CSR, perusahaan dapat menciptakan nama yang baik bagi perusahaan di masyarakat sehingga dapat menimbulkan penilaian yang positif dari konsumen yang

mampu meningkatkan loyalitas mereka terhadap produk yang di hasilkan oleh perusahaan.(Mawati, 2017).

Manfaat dari perusahaan yang melakukan pengungkapan tanggung jawab social yaitu investor akan tertarik kepada perusahaan kita untuk menanamkan modalnya Karena para investor akan mensurvei lingkungan yang berada disekitar perusahaan, semakin respon yang diberikan positif kepada masyarakat maka semakin menarik juga perhatian dari investor (Sulistyorini, 2019).

Perusahaan sebagai organisasi yang menggunakan kecanggihan teknologi dituntut untuk mengurangi dampak negative dari teknologi. Maka dari itu, perusahaan memiliki tugas dan peran penting yang disebut *Corporate social responsibility (CSR)* (Indrayenti dan Jenny, 2018).

Perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman mempunyai peran yang cukup besar dalam pertumbuhan di Indonesia, selain itu prospek yang dimiliki oleh sector ini sangat baik karena pada dasarnya setiap masyarakat membutuhkan makanan dan minuman dalam hidupnya dan merupakan kebutuhan pokok (Arita dan Mukhtar, 2019). Di Indonesia banyak perusahaan yang beroperasi, salah satunya yaitu perusahaan *food and beverage*. Suatu organisasi yang mendirikan perusahaan *food and beverage* sangat mudah ditemui di Indonesia, karena jumlah penduduk di Indonesia yang sangat banyak yang artinya semakin banyak masyarakat

semakin banyak juga yang membutuhkan bahan pokok untuk kehidupan atau kebutuhan sehari-hari, contohnya makanan dan minuman. Perusahaan *food and beverage* perlu menerapkan tanggung jawab social perusahaan karena limbah yang dihasilkan oleh bekas makanan dan minuman memberikan dampak terhadap lingkungan.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* antara lain likuiditas. Likuiditas merupakan kondisi yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mendanai operasional perusahaan dan melunasi hutang jangka pendeknya. Rasio ini digunakan untuk memberikan gambaran tentang pengaruh ketersediaan dana perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab social perusahaan (Mujiyati dan Afianto, 2019). Penjelasan tersebut, dapat dijelaskan dengan menggunakan teori legitimasi. Secara teori legitimasi, praktik CSR yang dilakukan oleh perusahaan, banyak dimotivasi oleh tujuan mencari legitimasi atas operasional perusahaan (Fernando dan Lawrence, 2014).

Menurut de Villers dan van Staden, 2006, praktik CSR merupakan upaya pengalihan isu perusahaan untuk memperbaiki citra buruk atas kinerja perusahaan. Guna tetap memperoleh legitimasi dari lingkungan dan stakeholdernya, maka perusahaan akan berusaha menampilkan "berita berita baik" mengenai kinerja perusahaan lewat praktik CSR yang luas. Pada kasus perusahaan dengan kesulitan keuangan yang tinggi, salah

satunya dalam hal memenuhi likuiditasnya, maka untuk menutupi ketidakmampuan melaksanakan kewajiban jangka pendeknya tersebut, perusahaan akan semakin gencar melakukan praktik CSR guna mempertahankan kepercayaan dari para stakeholder (de Villers dan van Staden, 2006).

Penjelasan senada dikemukakan pula oleh Omran dan Ramdhony, 2015, bahwa praktik CSR lebih mendapat perhatian pihak investor, sehingga perusahaan lebih mengutamakan praktik CSR. Praktik CSR sebagai legitimasi kontrak sosial perusahaan dengan stakeholder, dinilai memiliki kemampuan yang tinggi untuk menjamin keberlanjutan perusahaan.

Rasio Likuiditas sendiri dapat didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan dalam memenuhi utang jangka pendeknya kepada kreditor jangka pendek, untuk dapat memenuhi kewajibannya perusahaan harus mempunyai alat-alat untuk membayar yang berupa asset-aset lancar yang jumlahnya harus jauh lebih besar dari pada kewajiban yang harus segera dibayar berupa kewajiban lancar (Simamora dan Damera, 2020).

Menurut Sulistyorini (2019) likuiditas merupakan perusahaan yang memiliki hutang jangka pendek dan berjanji untuk membayar sesuai dengan jatuh tempo, perusahaan yang mampu membayar hutang berjangkanya maka semakin terlihat baik bagi investor.

Penelitian yang dilakukan oleh Putri (2017), menjelaskan bahwa Likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* karena sebuah perusahaan yang memiliki likuiditas yang tinggi maka menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendeknya dengan tepat waktu dan bentuk apresiasi yang dilakukan oleh perusahaan untuk menambah sebuah kepercayaan dan *image* yang positif maka dengan cara mempublikasikan informasi tambahan yang merepresentasikan kegiatan perusahaan yang peduli dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan. .

Penelitian lain yang dilakukan oleh Sulistyorini dan Suryono (2019) mengatakan bahwa Likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR karena perusahaan yang mempunyai likuiditas tinggi akan memberikan sinyal kepada perusahaan bahwa mereka lebih baik dalam melakukan kegiatan tentang lingkungan sosial, perusahaan yang mempunyai tingkat likuiditas dalam melakukan pengungkapan tanggungjawab sosial perlu dilakukan secara luas karena dapat mengurangi sorotan dari kreditur yang dituntut supaya perusahaan tersebut aktif dalam pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh kusumawati dan Fauziah (2020) menjelaskan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR karena pada perusahaan yang ada dampak dari rasio likuiditas yang rendah akan mendorong manajemen melakukan

pengungkapan CSR secara luas dan lengkap karena kondisi finansial perusahaan yang kurang baik yang belum dapat membayar kewajiban jangka pendeknya maka akan menutupi rendahnya likuiditas suatu perusahaan dengan cara mereka melakukan pengungkapan CSR.

Demikian pula penelitian dari Gantjowati dan Agustine (2017) yang menggunakan sampel perusahaan di Indonesia dan Malaysia, menunjukkan hasil likuiditas berpengaruh positif terhadap CSR. menurut Subramaniam, Samuel dan Mahenthiran (2016) pun menunjukkan hasil likuiditas berpengaruh positif terhadap CSR, dengan menggunakan sampel perusahaan di Malaysia.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Mudjiyanti dan Maulani (2017), menjelaskan bahwa Likuiditas memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR karena semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam membayar hutang jangka pendeknya maka akan menurunkan pengungkapan CSR dan semakin rendah perusahaan membayar hutangnya maka dapat meningkatkan pengungkapan CSR.

Faktor kedua yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* adalah ukuran perusahaan merupakan karakteristik perusahaan yang dalam hubungannya dengan struktur perusahaan. Ukuran perusahaan dapat diprediksi dengan mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab social dan lingkungan oleh perusahaan (Mujiyati dan

Afianto, 2019). Solingah (2016) menjelaskan, bahwa semakin besar perusahaan akan semakin mendapatkan sorotan dari public dalam operasionalnya. Sehingga perusahaan akan berusaha berperilaku sesuai dengan tuntutan *stakeholdernya* agar memperoleh legitimasi. Perilaku sesuai tuntutan *stakeholder* tersebut, terlihat melalui praktik pengungkapan CSR.

Ukuran perusahaan digunakan untuk menentukan perusahaan termasuk kedalam skala besar atau berskala kecil, perusahaan besar dilihat dari laba yang besar, penjualan yang tinggi dan mempunyai karyawan yang memiliki skill atau kemampuan dan bakat. Ukuran perusahaan merupakan skala perusahaan yang dilihat dari total asset perusahaan pada akhir tahun (Pakpahan dan Rajagukguk, 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh Sulistyorini (2019) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* karena perusahaan yang lebih besar akan lebih bertahan dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran kecil, karena semakin besar sebuah entitas, maka akan semakin besar sumber daya yang dimiliki, jadi semakin besarnya sumber daya yang dimiliki oleh entitas maka akan lebih berhubungan dengan *stakeholder*, jadi diperlukan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Mujiyati dan Afianto (2019) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR karena semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin banyak mengungkapkan CSR, perusahaan merupakan emitan yang disorot dan sebaliknya jika perusahaan semakin kecil maka akan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial semakin sedikit.

Selanjutnya Penelitian yang dilakukan oleh Krisna dan Suhardianto (2016) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR karena semakin besar sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan maka semakin besar juga usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh legitimasi dengan melaksanakan pengungkapan tanggung jawab perusahaan yang luas. Hasil penelitian Krisna dan Suhardianto didukung oleh penelitian Gantowati dan Agustine (2017) yang menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Pakpahan dan Rajagukguk (2018) dalam penelitiannya mengatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* Karena perusahaan besar belum tentu mengungkapkan informasi yang lebih luas karena perusahaan yang besar atau kecil akan menjadi sorotan masyarakat akibat adanya dampak dari aktivitas operasi

perusahaan, sehingga perusahaan yang besar maupun kecil tetap memiliki kewajiban yang sama dalam mengungkapkan CSR.

Terkait upaya perusahaan untuk mendapatkan legitimasi tersebut, Guthrie dan Parker (2012) serta Solikhah (2017) menjelaskan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka akan semakin tinggi pula sorotan public terhadap perusahaan. Perusahaan dengan modal/ asset besar, lebih mampu mengkapitalisasi pasar serta berinvestasi , sehingga akan lebih banyak stakeholder yang terdampak seiring dengan besarnya ekspansi usaha. Perusahaan yang berasset besar, apalagi jika bergerak di sektor industri yang sensitive (Solikhah, 2015), maka akan semakin tinggi pula kemampuannya mengekstrasi alam. Oleh karena itu, ukuran perusahaan pada akhirnya akan berpengaruh terhadap keluasaan praktik CSR, dalam rangka mendapatkan dukungan dari stakeholder.

Faktor berikutnya yaitu ukuran dewan komisaris yang mempunyai wewenang dalam memberi petunjuk dan arahan serta mengawasi pengelola perusahaan kepada manajemen untuk pengungkapan CSR. Proporsi dewan komisaris dapat menentukan pengaruh terhadap pengungkapan CSR, dimana semakin besar ukuran dewan komisaris akan memudahkan untuk mengendalikan CEO untuk mengungkapkan informasi social perusahaan Fahrizqi (2010) dalam pradnyani dan Sisdyani (2015). Dikaitkan dengan agency theory maka dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* karena dengan

menyajikan laporan keuangan yang lebih lengkap maka manajemen dapat mengurangi masalah keagenan yang muncul dalam hubungan *stakeholder* dan manajemen, sehingga dewan komisaris yang berperan mengawasi manajemen dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab social Laksmitaningrum (2013) dalam Pakpahan dan Rajagukguk (2018).

Penelitian yang dilakukan oleh Mawati (2017) menyatakan bahwa Dewan komisaris Berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* karena peran dewan komisaris yang dalam pengawasan terhadap manajer sangat membantu kebijakan manajer dalam melakukan pengungkapan aktivitas sosial perusahaan dalam *annual report*.

kemudian menurut penelitian yang dilakukan oleh Pakpahan dan Rajagukguk (2018) menjelaskan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial karena dalam perusahaan jika semakin banyak jumlah anggota dewan komisaris maka dapat meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosialnya, karena dewan komisaris merupakan pelaksana tertinggi dalam sebuah entitas, dan memberikan pengaruh yang untuk menekankan manajemen untuk mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial perusahaan.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Rivandi dan Putra (2019) menyatakan bahwa Dewan komisaris berpengaruh negatif terhadap

pengungkapan *Corporate Social Responsibility* karena intervensi yang diberikan dewan komisaris tidak nampak karena dewan komisaris lebih menjalankan fungsinya sebagai pengawas pada kinerja keuangan dibandingkan dengan sosial.

Selain faktor-faktor tersebut, faktor lainnya yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* adalah komite audit. Keputusan BAPEPAM-LK Kep-29/PM/2004 menjelaskan bahwa komite audit yang dimiliki oleh perusahaan minimal terdiri dari 3 orang dimana 1 orangnya berasal dari komisaris independen dan 2 orang anggota lainnya berasal dari luar emiten atau perusahaan publik (Mujiyati dan Afianto, 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Rivandi dan Putra (2019) menjelaskan bahwa komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR karena komite audit memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap pengungkapan CSR dibandingkan dengan dewan komisaris, dalam perusahaan meningkatkan pengawasan terhadap kegiatan sosial dengan cara meningkatkan jumlah komite audit, dimana keberadaan komite audit bisa membantu dewan komisaris dalam melakukan pengawasan kinerja perusahaan, baik secara internal maupun eksternal, semakin banyak jumlah komite audit maka dalam fungsi pengawasan yang diberikan akan semakin baik dan membuat kegiatan sosial akan berjalan dengan lancar dan legitimasi akan terjaga. Kemudian penelitian yang

dilakukan oleh Restu.dkk (2017) menjelaskan bahwa ukuran komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Berbeda dengan Penelitian yang dilakukan oleh Mujiyati dan Afianto (2019) menjelaskan bahwa komite audit berpengaruh negatif karena perusahaan yang membentuk sebuah komite audit hanya sebuah peraturan saja, belum memperhatikan hal tentang pengungkapan CSR perusahaan yang digunakan dalam meningkatkan citra perusahaan.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Rivandi dan Putra (2019) yang melakukan penelitian mengenai pengaruh dewan komisaris dan komite audit terhadap pengungkapan CSR. Perbedaannya terletak pada periode penelitian, dimana penelitian sebelumnya menggunakan periode 2013-2017 Sedangkan penelitian ini menggunakan periode tahun 2016-2019. Kemudian pada objek penelitian sebelumnya menggunakan perusahaan *high profile* di BEI dan penelitian ini menggunakan perusahaan *subsektor food and beverage* yang terdaftar di BEI.

Perbedaan selanjutnya pada variabel independennya, penelitian sebelumnya menggunakan dewan komisaris dan komite audit dan penelitian ini menambahkan variabel Likuiditas dan Ukuran perusahaan sebagai variabel independennya karena adanya saran dari peneliti Rivandi dan Putra (2019) untuk penelitian selanjutnya agar menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR seperti Likuiditas dan

Ukuran perusahaan karena pada teori *legitimasi* menjelaskan bahwa dengan rasio likuiditas dapat melihat kekuatan perusahaan yang tinggi dan perusahaan yang memiliki keuangan tinggi akan menyebabkan perusahaan memberikan informasi yang luas daripada perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang rendah (Romadhona dan Wibowo, 2020). kemudian Dalam Teori keagenan juga menjelaskan bahwa semakin besar ukuran suatu perusahaan maka dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial akan semakin luas dan dapat mengurangi biaya keagenan (Pakpahan dan Rajagukguk, 2018).

Alasan menggunakan perusahaan *food and beverage* karena perusahaan makanan dan minuman sangat sensitif dengan isu-isu kerusakan lingkungan dan kecurangan, oleh karena itu jenis industri ini berusaha membuat komitmen untuk ikut melestarikan lingkungan terutama diseluruh tempat dimana perusahaan tersebut beroperasi melalui program yang berbasis lingkungan. Perusahaan *food and beverage* merupakan perusahaan makanan dan minuman sangat berkembang dengan pesat, hal ini dapat dilihat dari jumlah perusahaan yang terdaftar di BEI dari periode ke periode semakin banyak. Perusahaan *food and beverage* sangat dibutuhkan oleh masyarakat sehingga prospeknya sangat menguntungkan baik dimasa sekarang maupun mendatang. Selain itu, Alasan lain pemilihan sektor perusahaan *food and beverage* juga karena saham-saham yang dimiliki paling tahan dengan krisis moneter dan ekonomi,

dibandingkan dengan sektor lain karena dalam kondisi apapun, makanan dan minuman tetap dibutuhkan karena produk ini menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat (Sulistyorini dan Suryono, 2019).

Dengan demikian, penulis memberi judul penelitian ini “ pengaruh likuiditas, ukuran perusahaan, dewan komisaris dan komite audit terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan *food & Beverages* yang terdaftar di BEI periode 2017-2019”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat ditarik pokok masalah dari penelitian ini adalah

1. Apakah likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR
3. Apakah dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR
4. Apakah komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

C. Pembatasan Masalah

Penelitian ini memiliki beberapa batasan penelitian yaitu

1. Penelitian ini hanya membahas tentang pengaruh likuiditas, ukuran perusahaan, dewan komisaris dan komite audit terhadap pengungkapan CSR.
2. Penelitian ini hanya menggunakan perusahaan sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI sebagai sampel perusahaan
3. Periode penelitian 2016-2019.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.

1. Tujuan penelitian

Berdasarkan pokok masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah mendapatkan bukti empiris tentang pengaruh likuiditas, ukuran perusahaan, dewan komisaris dan komite audit terhadap pengungkapan CSR.

2. Manfaat penelitian

a. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan penulis Karena mendapatkan gambaran mengenai pengaruh likuiditas, ukuran perusahaan, dewan komisaris dan komite audit terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

b. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya mengenai pengaruh likuiditas, ukuran perusahaan, dewan komisaris dan komite audit terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

c. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pihak manajemen sebagai bahan pertimbangan untuk mengatasi masalah yang berhubungan dengan pengaruh likuiditas, ukuran perusahaan, dewan komisaris dan komite audit terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.