**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang Masalah**

Tujuan pelaporan keuangan menurut kerangka konseptual (*Conceptual Framework* IASB, 2018) adalah untuk menyediakan informasi keuangan mengenai entitas pelaporan yang bermanfaat untuk investor yang ada dan yang potensial, pemberi pinjaman, dan kreditur lain dalam mengambil keputusan terkait perannya sebagai penyedia modal. Agar bermanfaat, informasi keuangan tersebut harus memenuhi kualitas fundamental yaitu *relevance* dan *faithful representation*. Relevansi nilai merupakan operasionalisasi dari kriteria tersebut (*relevance* dan *faithful representation*), karena suatu angka akuntansi akan menjadi relevan jika memiliki hubungan dengan harga saham, yaitu jika angka tersebut merefleksikan informasi yang relevan bagi investor dalam menilai suatu perusahaan dan dapat diukur secara handal yang tercermin dalam harga saham (Barth *et al.*, 2001).

Informasi laba dianggap merupakan informasi yang paling relevan dan penting bagi investor (Alattar and Al-Khater, 2007; Hamdan *et al.*, 2008) karena laba dapat digunakan untuk menilai prospek arus kas, mengevaluasi kinerja manajemen, menilai ekuitas perusahaan, memprediksi penghasilan di masa yang akan datang, menilai risiko, dan untuk mengonfirmasi, mengubah, menolak prediksi atau penilaian sebelumnya (*Statement of Financial Accounting Concepts* No. 1 FASB, 2008). Penelitian yang menguji relevansi nilai angka laba akuntansi diperkenalkan oleh Ball dan Brown (1968) dan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa 85-90% efek bersih dari informasi tentang laba tahunan telah terefleksi dalam harga saham pada bulan laporan laba diumumkan. Hasil penelitian tersebut didukung oleh penelitian Ohlson (1995) yang menguji relevansi nilai angka laba dalam penilaian ekuitas perusahaan, dan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa laba bersih memiliki nilai yang relevan bagi investor dalam pengambilan keputusan. Dengan menggunakan model Ohlson (1995) para peneliti lainnya (Abiodun, 2012; Shamki dan Rahman, 2012; Hsu, 2017; Shamy dan Kayed, 2005; Omokhudu dan Ibadin, 2015) juga menunjukkan bahwa laba relevan dalam pengambilan keputusan. Namun, penelitian lainnya (Amir dan Lev, 1996; Akeem Adetunji, 2016) tidak berhasil menemukan adanya hubungan antara laba bersih dengan harga saham.

Informasi laba menjadi tidak relevan ketika terjadi krisis keuangan (Graham *et al*., 2000; Ho *et al*., 2001; Davis-Friday *et al*., 2006). Krisis keuangan global yang terjadi pada tahun 2008 tidak hanya menyebabkan masalah ekonomi yang serius dan berkepanjangan di negara maju maupun negara berkembang di seluruh dunia, tetapi juga secara signifikan meningkatkan seluruh tingkat penghindaran risiko (*risk aversion*) investor dan mempengaruhi sikap investor terhadap informasi yang relevan (Bolibok, 2017). Penelitian Bolibok (2017) menunjukkan bahwa relevansi nilai laba yang diumumkan menurun setelah global krisis keuangan. Banyak perusahaan mengalami penurunan pendapatan secara sistematis dan mayoritas dari mereka melaporkan penurunan laba atau kerugian sehingga informasi laba sudah tidak dapat digunakan untuk menilai ekuitas atau memprediksi kinerja operasi perusahaan di masa yang akan datang (Mollik *et al.*, 2013). Penelitian lainnya (Slaheddine, 2017; Kane *et al.*, 2015; Persakis and Iatridis, 2015; Filip dan Raffournier, 2012) juga menemukan bahwa krisis keuangan global menyebabkan relevansi nilai laba menurun secara signifikan.

Ketika informasi laba menjadi tidak relevan dan mungkin bias, investor akan mencari informasi lainnya yang dapat dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan. Salah satu informasi yang dapat berperan sebagai pengganti informasi laba adalah nilai buku ekuitas. Collins *et al*. (1999) menyatakan bahwa nilai buku ekuitas memiliki dua peran dalam penilaian ekuitas yaitu mencerminkan nilai sekarang (*present value*) dari laba yang diharapkan di masa yang akan datang dan berperan sebagai *abandonment value* atau nilai likuidasi bagi perusahaan yang mengalami kerugian. Barth *et al*. (2001) juga berpendapat bahwa apabila kesehatan keuangan (laba) menurun akan meningkatkan pentingnya nilai buku ekuitas. Penelitian Ohlson (1995) menunjukkan nilai buku ekuitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian lebih lanjut (Ahmadi *et al.*, 2018; Al-Hares *et al.*, 2012; Abayadeera, 2010; Musthafa dan Jahfer, 2015; Ahmadi, 2017; Suadiye, 2012) membuktikan bahwa nilai buku ekuitas memiliki pengaruh yang lebih tinggi terhadap harga saham dibandingkan informasi laba. Hal ini menunjukkan bahwa informasi nilai buku ekuitas lebih penting dibandingkan informasi laba oleh investor.

Seiring dengan perkembangan dunia ke arah globalisasi, perusahaan tidak hanya mempertimbangkan informasi laba atau nilai ekuitas perusahaan saja, namun juga melihat aktivitas perusahaan yang menjamin perusahaan menghasilkan laba yang berkelanjutan. Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) merupakan aktivitas yang mempunyai gagasan bahwa perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab *single bottom line*, yaitu laba (*economic*) saja, namun tanggung jawab perusahaan harus berdasar pada *triple bottom lines* yang juga memperhatikan bagaimana masyarakat (*social*) dan lingkungan (*environmental*)perusahaan dapat menerima aktivitas operasional perusahaan (Tandry *et al.*, 2014). Beberapa peneliti terdahulu (Dyduch dan Krasodomska, 2017; Benlemlih *et al.*, 2016) menemukan bahwa berinvestasi dalam CSR dapat memberikan banyak manfaat. Penelitian Dyduch dan Krasodomska (2017) menyatakan bahwa CSR digunakan untuk mengembalikan kepercayaan investor dan masyarakat akibat krisis keuangan yang melanda. Tidak hanya untuk kepentingan sosial saja tetapi CSR juga digunakan untuk meningkatkan daya saing dan inovasi bisnis. Lebih lanjut, penelitian Benlemlih *et al.*, (2016) mengungkapkan bahwa CSR mempengaruhi kinerja keuangan, mengurangi risiko perusahaan, dapat membangun hubungan yang baik antar *stakeholder* perusahaan, mengurangi asimetri informasi antara perusahaan dengan investor, menurunkan biaya modal, dan dapat memprediksi laba di masa yang akan datang.

Pentingnya masalah CSR di Indonesia telah diatur dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 pasal 74 Tahun 2007 yang menyatakan bahwa perusahaan yang kegiatan usahanya berhubungan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Lampiran Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Nomor: KEP-134/BL/2006 juga mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan informasi mengenai tata kelola perusahaan dimana di dalamnya juga termasuk uraian mengenai aktivitas dan biaya yang dikeluarkan berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan pada laporan tahunan perusahaan. Selain itu, dalam PSAK No. 1 tahun 2016 tentang Penyajian Laporan Keuangan paragraf 14 dinyatakan bahwa beberapa entitas juga perlu menyajikan laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah, khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup adalah signifikan dan ketika karyawan dianggap sebagai kelompok pengguna laporan keuangan yang memegang peranan penting (IAI, 2016).

Riset terbaru yang dilakukan oleh *Riset Centre for Governance, Institutions, and Organizations National University of Singapore* (NUS) *Business School* pada tahun 2016 dengan menggunakan data 100 perusahaan di empat negara yakni Indonesia, Malaysia, Singapura dan Thailand dan kriteria penilaian kualitas berdasarkan sejumlah indikator (tata kelola perusahaan, ekonomi, lingkungan, dan sosial) dari kerangka *Global Reporting Initiative* (GRI) menyatakan bahwa perusahaan di Indonesia memiliki kualitas tanggung jawab sosial atau*corporate social responsibility* (CSR) yang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan asal Thailand. Riset itu memperlihatkan bahwa Thailand menjadi negara dengan kualitas implementasi CSR paling tinggi dengan nilai 56,8 dari total 100, Singapura mendapatkan nilai 48,8, sedangkan Indonesia dan Malaysia sendiri masing-masing mendapatkan nilai 48,4 dan 47,7 (NUS, 2016 melalui www.cnnindonesia.com).

Menurut teori legitimasi, perusahaan yang kegiatan operasionalnya dilegitimasi oleh masyarakat dapat menetapkan bahwa kegiatan tersebut sesuai dengan nilai-nilai sosial di mana perusahaan beroperasi sehingga dapat bertahan hidup dalam kondisi yang ada (Bebbington *et* al., 2014). Selain itu, melegitimasi kegiatan perusahaan sangat penting untuk meningkatkan citra dan nilai perusahaan sehingga menarik minat pihak yang berkepentingan (Bhuyan *et al*., 2017). Penelitian terdahulu (Verbeeten *et al*., 2014; Cahan *et al.*, 2015; Cai *et al*., 2012; Gutsche *et al*., 2017; Bidhari *et al*., 2013; Bhuyan *et al*., 2017) membuktikan bahwa pengungkapan informasi CSR relevan dalam pengambilan keputusan investor untuk menilai suatu perusahaan. Hal ini dikarenakan pengungkapan CSR dapat memberikan informasi mengenai *workforce* perusahaan (sumber daya manusia dan hubungan yang ada antar sesama tenaga kerja) dan dapat memberikan sinyal mengenai strategi manajemen risiko yang memadai (Verbeeten *et al*., 2014).Namun hasil penelitian (Tandry *et al*., 2014; Nguyen *et al.*, 2015; Horn *et al*., 2018) tidak berhasil menemukan hubungan antara pengungkapan informasi CSR dengan nilai perusahaan.

Meningkatnya jumlah perusahaan-perusahaan di dunia yang terlibat dalam usaha-usaha serius untuk mengintegrasikan CSR dalam aspek bisnisnya, perhatian terhadap keberlanjutan usaha penting bagi perusahaan-perusahaan khususnya di industri kontroversial, misalnya industri alkohol, rokok, judi, dan lain-lain. Dapatkah suatu perusahaan dalam industri kontroversial bertanggung jawab secara sosial sementara produk yang dihasilkan membahayakan manusia, masyarakat, dan lingkungan? (Cai *et al*., 2012). Terjadi perdebatan antara beberapa peneliti yang menyetujui dan menolak adanya CSR di industri kontroversial ini. Para pendukung menyatakan bahwa perusahaan kontroversial mempunyai hak legitimasi untuk mengembangkan dan terlibat dalam kegiatan CSR dengan tujuan untuk meningkatkan reputasi atau *image* perusahaan yang dipandang buruk oleh masyarakat agar menjadi perusahaan yang dipandang baik. Argumen penolakan (kontra) menyatakan bahwa aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan bertolak belakang dengan fungsi utama dari industri tersebut. Palazzo dan Richter (2005) mengatakan bahwa kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan rokok hanyalah sebagai kedok dan strategi perusahaan untuk menutupi apa yang sebenarnya dilakukan dalam bisnisnya yang menyakiti jutaan manusia setiap tahunnya (Cai *et al.*, 2012). Meskipun sudah ada beberapa penelitian (Palazzo dan Richter, 2005; Yoon *et al*., 2006; Jo dan Na, 2012; Cai *et al*., 2012) yang melakukan penelitian mengenai CSR di industri kontroversial, namun pemahaman hubungan antara CSR dengan industri kontroversial masih rendah. Penelitian Cai *et al*., (2012) menemukan bukti bahwa CSR meningkatkan nilai perusahaan di sektor industri kontroversial.

Selain itu, sampai saat ini para peneliti cenderung melihat perusahaan yang berinvestasi dalam CSR juga memandang aktivitas CSR sebagai strategi manajemen risiko yang dapat memberikan semacam asuransi perlindungan untuk arus kas, mengurangi risiko pasar, dan berdampak pada risiko keuangan atau risiko sistematis perusahaan (Benlemlih *et al.*, 2016). Menurut teori *stakeholder*, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan meningkatkan adanya transparansi yang dapat membangun reputasi dan kepercayaan di mata *stakeholder* sehingga dapat mengurangi risiko perusahaan. Jika tanggung jawab sosial perusahaan semakin tinggi maka risiko yang akan dihadapi semakin rendah. Beberapa peneliti terdahulu (Jo dan Na, 2012; Salama *et al*., 2011; Kim *et al*., 2014; Harjoto dan Laksmana, 2016; Benlemlih *et al.*, 2016) berhasil membuktikan adanya hubungan negatif signifikan antara CSR dan risiko, namun Ayadi *et al.*, 2014 menemukan adanya hubungan positif dan signifikan antara CSR dan risiko*,* sedangkan Yessica *et al*., (2017) tidak berhasil menemukan adanya hubungan antara CSR dan risiko.

Penelitian lebih lanjut dilakukan pada perusahaan di industri kontroversial, dan menghipotesiskan bahwa aktivitas CSR dapat mengurangi pandangan negatif dan menampilkan diri dalam pandangan yang positif bagi masyarakat dan investor untuk mencapai strategi CSR dalam jangka panjang yang dapat mengurangi risiko perusahaan. Apabila dengan melakukan aktivitas sosial dapat mengurangi risiko perusahaan, maka aktivitas CSR sangat penting bagi perusahaan di industri kontroversial (perusahaan alcohol, rokok, judi, dan lainnya) yang mempunyai reputasi buruk dibandingkan dengan perusahaan non kontroversial (Jo dan Na, 2012). Penelitian Jo dan Na (2012) menemukan bahwa dengan adanya aktivitas CSR memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap risiko perusahaan di industri kontroversial dari pada perusahaan di industri non kontroversial.

SelainCSR, banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai dan risiko perusahaan. Ukuran besarnya perusahaan merupakan faktor penting yang menentukan besarnya risiko dan nilai perusahaan. Perusahaan yang punya ukuran relatif besar akan dapat mengelola risiko perusahaan yang muncul sehingga dapat menanggung risiko yang lebih kecil. Perusahaan yang lebih besar cenderung mengatasi risiko bisnis dan risiko finansial dengan menambah lini produk atau jenis produk lain dalam bisnisnya. Hal ini menyebabkan perusahaan berukuran besar akan menghadapi risiko lebih kecil dibandingkan dengan perusahaan berukuran kecil yang hanya memiliki satu jenis produk dalam bisnisnya. Pernyataan ini didukung oleh Ben-Zion dan Shalit (1975) melalui teorinya mengenai ukuran perusahaan yang mengatakan bahwa perusahaan besar akan kurang berisiko jika perusahaan dapat melakukan diversifikasi operasi perusahaan dengan lebih efisien. Penelitian Benlemlih *et al.*, (2016) dan Jo dan Na (2012) membuktikan bahwa ukuran perusahaan berhubungan negatif dan signifikan dengan risiko, namun Kim *et al*., (2014) dan Ayadi *et al.*, (2014) menemukan hubungan positif antara ukuran perusahaan dengan risiko sedangkan Yessica *et al.,* (2017) tidak berhasil menemukan adanya hubungan. Ukuran perusahaan yang besar juga menunjukkan semakin mudah untuk mendapatkan sumber dana baik dari internal maupun eksternal yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan (Setiadharma dan Machali, 2017). Hal ini didukung dengan hasil penelitian (Horn *et al.*, 2018; Gutsche *et al*., 2017; Tandry *et al*., 2014) yang menemukan adanya hubungan positif antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan, namun penelitian yang dilakukan oleh Cai *et al*., (2012) dalam industri kontroversial menemukan hubungan negatif antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan.

Pendanaan perusahaan dengan kebijakan-kebijakan hutang juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nilai dan risiko perusahaan. Umumnya perusahaan lebih suka menggunakan pendanaan dengan hutang apabila biaya modal lebih rendah dari pada tingkat pengembalian. Apabila tingkat bunga pasar untuk hutang lebih besar dari pada tingkat pengembalian investasi maka kerugian akan muncul dan dapat menciptakan risiko keuangan (Hussan, 2016). Benlemlih *et al.*, (2016) menemukan bahwa perusahaan yang menggunakan *leverage* tinggi lebih berisiko, karena *leverage* yang tinggi dikaitkan dengan *default risk* yang lebih tinggi sedangkan penelitian (Jo dan Na, 2012; Yessica *et al*., 2017; Kim *et al*., 2014) tidak menemukan adanya hubungan antara pendanaan perusahaan dengan hutang dan risiko perusahaan. *Leverage* juga dapat mempengaruhi nilai suatu perusahaan. Para peneliti belum menemukan hubungan yang jelas antara *leverage* dengan nilai perusahaan. Menurut Jermias (2008), penggunaan pembiayaan utang tidak hanya memberikan perisai pajak kepada perusahaan tetapi juga memastikan peningkatan efisiensi perusahaan. Berbeda dengan pandangan Myers (1977) yang menyatakan pendanaan dengan hutang dapat menghalangi perusahaan untuk mengambil langkah positif terkait *growth* opportunities, yang mengarah ke masalah investasi. Penelitian Nguyen *et al.*, (2015) membuktikan adanya pengaruh negatif antara *leverage* dengan nilai perusahaan sedangkan Cai *et al*., (2012) dan Tandry *et al*., (2014) tidak menemukan adanya hubungan yang signifikan antara *leverage* dengan nilai perusahaan.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi nilai dan risiko perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan tujuan paling penting dari manajemen keuangan yaitu untuk memaksimalkan kekayaan pemilik dan menjadi faktor penentu yang sangat penting untuk menilai kinerja perusahaan. Bisnis yang tidak menguntungkan tidak dapat bertahan, sebaliknya bisnis yang sangat menguntungkan memiliki kemampuan untuk memberi imbalan kepada pemiliknya dengan pengembalian besar atas investasi mereka sehingga semakin tinggi profitabilitas perusahaan semakin kecil risiko perusahaan tersebut (Malik, 2011). Penelitian terdahulu (Jo dan Na, 2012; Salama *et al*., 2011; dan Benlemlih *et al.*, 2016) membuktikan bahwa risiko perusahaan akan menurun apabila perusahaan mempunyai profitabilitas tinggi, namun Yessica *et al*.,(2017) dan Kim *et al*., (2014) membuktikan profitabilitas berpengaruh positif terhadap *stock price crash risk* sedangkan Ayadi *et al.*, (2014) tidak menemukan adanya pengaruh profitabilitas terhadap *risk taking*. Profitabilitas tinggi juga menunjukkan semakin banyak laba yang dapat didistribusikan kepada pemegang saham dan mengakibatkan nilai perusahaan meningkat (Chen dan Chen, 2011). Penelitian Cai *et al*.,(2012) dan Horn *et al*., (2018) membuktikan adanya hubungan yang positif antara profitabilitas dengan nilai perusahaan.

Faktor lainnya yang mempengaruhi nilai dan risiko perusahaan adalah pertumbuhan perusahaaan. Investor asing cenderung berinvestasi di perusahaan yang berani mengambil risiko tinggi karena akan meningkatkan potensi pertumbuhan yang lebih besar (Kim, 2011). Perusahaan yang memiliki pertumbuhan tinggi memiliki kecenderungan untuk menghasilkan alur kas dan kapitalisasi pasar yang tinggi sehingga akan menarik investor untuk berinvestasi. Peluang untuk berinvestasi ini akan memberikan sinyal yang positif terkait pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang dan meningkatkan nilai suatu perusahaan (Purwohandoko, 2017). Penelitian Ayadi *et al.*, (2014) dan Harjoto dan Laksmana (2016) menemukan adanya hubungan positif dan signifikan antara pertumbuhan perusahaan dengan risiko, namun Salama *et al*.,(2011) dan Jo dan Na (2012) menemukan hubungan negatif antara pertumbuhan perusahaan dengan risiko sedangkan Benlemlih *et al.*, (2016) tidak berhasil menemukan adanya pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap risiko. Penelitian Cai *et al*., (2012) menemukan adanya hubungan yang signifikan antara pertumbuhan penjualan dengan nilai perusahaan yang menyebabkan nilai perusahaan menjadi meningkat sedangkan Nguyen *et al.*, (2015) tidak menemukan adanya hubungan signifikan pertumbuhan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian tentang CSR di industri kontroversial masih sangat langka terutama di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dan risiko di industri kontroversial. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk mendukung hasil penelitian terdahulu dan literatur-literatur tentang pengungkapan *corporate social responsibility.*

1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penelitian diidentifikasi sebagai berikut:

1. Apakah informasi laba berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah nilai buku ekuitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di industri kontroversial memiliki pengaruh yang lebih tinggi terhadap nilai perusahaan dibandingkan industri non kontroversial?
5. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap risiko?
6. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di industri kontroversial memiliki pengaruh yang lebih tinggi terhadap risiko perusahaan dibandingkan industri non kontroversial?
7. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan risiko?
8. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan risiko?
9. Apakah profitabilitasberpengaruh terhadap nilai perusahaan dan risiko?
10. Apakah pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan risiko?
11. **Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, penelitian ini difokuskan pada masalah sebagai berikut:

1. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan risiko?
2. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di industri kontroversial memiliki pengaruh lebih tinggi terhadap nilai dan risiko perusahaan dibandingkan industri non kontroversial?
3. **Batasan Penelitian**

Penelitian ini dibatasi pada masalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, nilai perusahaan, dan risiko di industri kontroversial dibandingkan dengan industri non kontroversial yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2010-2017.

1. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah diatas, masalah penelitian dirumuskan menjadi “Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai dan risiko perusahaan-perusahaan kontroversial *versus* non kontroversial di industri berisiko yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2017?”.

1. **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dan risiko.
2. Pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dan risiko di industri kontroversial dibandingkan industri non kontroversial.
3. **Manfaat Penelitian**
4. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan bukti empiris yang dapat mendukung teori-teori akuntansi keuangan terutama yang berkaitan dengan *corporate social responsibility* dan dapat mendukung penelitian terdahulu.

1. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat kepada beberapa pihak, yaitu:

1. Regulator

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi regulator mengenai pengaturan pengungkapan *corporate social responsibility* sehingga informasi *corporate social responsibility* dapat bermanfaat bagi pengguna laporan keuangan.

1. Perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan masukan yang berguna bagi manajemen perusahaan mengenai risiko pengungkapan *corporate social responsibility* dan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan, serta menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk menentukan informasi penting yang seharusnya diungkapkan dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan dan mengurangi risiko.

1. Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat tentang pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai dan risiko perusahaan sehingga investor dapat menggunakan informasi *corporate social responsibility* dalam pengambilan keputusan investasi.

1. Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan bukti empiris tambahan serta memberikan kontribusi penting bagi penelitian-penelitian yang sejenis maupun selanjutnya.