

Pengaruh *Slack Resources*, *Gender Diversity*, Dan *Media Exposure* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi pada Perusahaan Sektor Barang Baku yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022)

Gianina Artista¹, Wahdan Arum Inawati²

¹ Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, gianinaaar@student.telkomuniversity.ac.id

² Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, wahdanaruminawati@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Dunia usaha saling terhubung dengan lingkungan eksternalnya, oleh karena itu, *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak hanya sekedar mengungkapkan laporan keuangan saja. Namun pada kenyataannya pengungkapan CSR masih tergolong rendah dan belum sepenuhnya diungkapkan. Studi ini berfokus untuk menganalisis pengaruh *slack resources*, *gender diversity*, dan *media exposure* terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan sektor barang baku yang terdaftar di BEI tahun 2018-2022. Metode penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel yang diperoleh yaitu 11 perusahaan dengan periode 5 tahun, menghasilkan 55 data sampel penelitian. Teknik pengolahan data menggunakan regresi data panel dengan memanfaatkan perangkat lunak *Eviews 12*. Temuan penelitian menunjukkan yakni *slack resources* mempunyai dampak positif terhadap pengungkapan CSR, sementara *gender diversity* dan *media exposure* tidak berdampak. Berdasarkan temuan ini, peneliti berikutnya dianjurkan untuk meneliti dengan periode penelitian yang berbeda, objek penelitian yang berbeda, dan variabel di luar penelitian ini untuk diuji. Bagi perusahaan disarankan untuk memaksimalkan pelaporan CSR dalam *sustainability report* sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Kata kunci-*gender diversity*, *media exposure*, *pengungkapan corporate social responsibility*, *slack resources*

Abstract

The business world is interconnected with its external environment; therefore, *Corporate Social Responsibility* (CSR) involves more than just disclosing financial reports. However, in practice, CSR disclosure is still relatively low and not fully disclosed. This study focuses on analyzing the impact of *slack resources*, *gender diversity*, and *media exposure* on CSR disclosure in basic materials sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) from 2018 to 2022. The sample determination method uses *purposive sampling* techniques. The sample consists of 11 companies over a 5-year period, resulting in 55 research data points. Data processing techniques employ panel data regression using *Eviews 12* software. The research findings indicate that *slack resources* have a positive impact on CSR disclosure, while *gender diversity* and *media exposure* do not have an impact. Based on these findings, future researchers are advised to investigate with different research periods, different research subjects, and variables beyond this study. For companies, it is recommended to maximize CSR reporting in the *sustainability report* in accordance with applicable regulations.

Keywords-*corporate social responsibility disclosure*, *gender diversity*, *media exposure*, *slack resources*

I. PENDAHULUAN

Di era saat ini, dunia usaha saling terhubung dengan lingkungan eksternalnya. Oleh karena itu, *Corporate Social Responsibility* (CSR) bukan hanya sekedar mengungkapkan laporan keuangan saja. Banyak perusahaan yang memprioritaskan keuntungan dalam dunia bisnis, tapi seringkali mengabaikan konsekuensi yang mungkin timbul dari aktivitas komersialnya. Konsep CSR mengacu nilai-nilai individu dan sosial yang mencakup kepentingan karyawan dan *stakeholder* terkait dengan perusahaan (Sugiarti, 2020). Kewajiban melaksanakan CSR dituangkan dalam UU

Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007, berisi tentang perusahaan yang terlibat aktivitas komersial terkait kekayaan alam harus mematuhi kewajiban sosial. Karena semakin bertumbuhnya perusahaan maka ukuran pemanfaatan sumber daya alam pun meningkat. Oleh sebab itu, sangat krusial bagi perusahaan untuk menyadari dan memitigasi dampak negatif dengan cara aktif terlibat dalam pelaksanaan CSR. Perusahaan menunjukkan komitmennya terhadap CSR melalui penerbitan *sustainability report*. Walaupun aturan mengenai kewajiban pelaksanaan CSR sudah ditetapkan, tetapi pada kenyataannya pelaksanaan CSR belum sepenuhnya optimal, rata-rata pengungkapan CSR setiap tahun untuk perusahaan sektor barang baku dari tahun 2018-2022 berkisar antara 40% sampai dengan 69%. Artinya pengungkapan CSR menunjukkan peningkatan tetapi masih belum mencapai tingkat yang sempurna. Seharusnya peningkatan pengungkapan CSR diimbangi pula dengan perusahaan yang lebih peduli dengan lingkungan, namun pada kenyataannya perusahaan yang memiliki tingkat pengungkapan CSR di atas 50% masih melakukan penyelewengan CSR. Hal tersebut mengindikasikan bahwa tingkat kepatuhan perusahaan dalam melaksanakan pengungkapan CSR belum sepenuhnya optimal karena pengungkapan CSR dengan realisasinya tidak seimbang. Pengungkapan CSR berfungsi sebagai sarana komunikasi perusahaan dengan *stakeholder*. Teori *stakeholder* adalah teori utama pada penelitian ini. Menurut Freeman (1984) di dalam penelitian Silaban et al. (2022) *stakeholder* merepresentasikan sudut pandang kapitalisme yang menyoroti hubungan dan pengaruh antara aspek internal dan eksternal bisnis. Adapun inti dari CSR adalah konsep *stakeholder*, karena penerapan CSR tidak dapat dipisahkan dari sistem manajemen dan fungsi manajemen (Krisnawati et al., 2018). Maka dengan pengungkapan CSR diharapkan untuk membentuk hubungan yang baik dengan para pemangku kepentingan.

Terdapat beberapa elemen yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Faktor pertama yaitu *slack resources*, menurut Bourgeois (1981) dalam penelitian Sari et al. (2022) mendefinisikan *slack resources* sebagai potensi kelebihan sumber daya yang tersedia dalam perusahaan perusahaan yang dimanfaatkan untuk beradaptasi dari tekanan internal maupun eksternal yang berubah. Entitas bisnis yang mempunyai finansial yang baik dan sumber daya yang melimpah cenderung lebih terlibat dalam CSR. Faktor kedua yang mempengaruhi pengungkapan CSR yaitu *gender diversity*. *Gender diversity* mengacu pada kehadiran laki-laki dan perempuan pada posisi manajerial utama di perusahaan (Inawati & Oktafitria, 2023). *Gender diversity* secara khusus menekankan masuknya perempuan dalam dewan direksi maka akan lebih efektif dalam menjalankan CSR. Faktor ketiga yang mempengaruhi pengungkapan CSR yaitu *media exposure*. Seperti yang diungkapkan Aulia (2015) dalam penelitian Sarra & Alamsyah (2020), perusahaan memanfaatkan media sebagai sarana publikasi dan sosialisasi untuk menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap inisiatif sosial yang dilakukannya. Hal ini menyiratkan bahwa penggambaran perusahaan melalui media dapat mempengaruhi persepsi masyarakat secara positif atau negatif tergantung perusahaan mengelola medianya.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Teori *Stakeholder*

Indriyani & Yuliandhari (2020) mengemukakan pendapat tentang teori *stakeholder*, yaitu perusahaan bukan sekedar entitas yang bertujuan untuk kepentingannya sendiri, namun harus bertanggung jawab kepada para pemangku kepentingan dan mempertimbangkan serta memperhatikan kebutuhan para *stakeholder* tersebut. *Stakeholder* memiliki peranan sangat penting dalam mempengaruhi kelangsungan perusahaan. Oleh karena itu, menjaga hubungan baik dengan mereka dapat dilakukan melalui pengungkapan CSR. Pengungkapan CSR penting karena akan dimanfaatkan oleh para *stakeholder* untuk memperhitungkan kinerja perusahaan dalam realisasi tanggung jawabnya terhadap lingkungan dan sosial (Indriyani & Yuliandhari, 2020).

B. *Corporate Social Responsibility*

CSR adalah sebuah pendekatan manajemen perusahaan yang memadukan kewajiban akan aspek lingkungan maupun sosial pada operasional bisnisnya serta berinteraksi dengan para *stakeholder*. Menurut Mardikanto (2014:132-136) dalam penelitian Putri & Yuliandhari (2020) beberapa manfaat dari CSR yaitu memberikan dampak tidak langsung pada peningkatan kesejahteraan masyarakat serta aspek sosial dan lingkungan, selain itu memberikan manfaat juga bagi pemerintah yaitu perusahaan yang menyediakan fasilitas infrastruktur yang untuk penerapan kegiatan CSR.

C. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan CSR meliputi transparansi mengenai pengaruh sosial, lingkungan, dan ekonomi dari operasional bisnis perusahaan. Tujuan utama pengungkapan CSR adalah memberikan pemahaman yang lebih baik kepada para *stakeholder* tentang kontribusi positif perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Instrumen utama untuk mengevaluasi CSR adalah *Global Reporting Initiative* (GRI) yang memiliki 149 *item* penilaian. Sistem penilaian yaitu akan diberi skor 1 jika diungkapkan pada SR perusahaan, sebaliknya akan diberi skor 0 jika tidak diungkapkan pada SR perusahaan.

$$CSRI_j = \frac{\sum x_{ij}}{n_j} \quad (1)$$

D. *Slack Resources*

Slack resources yaitu kekayaan yang tersedia maupun cadangan yang melampaui batas minimum yang dibutuhkan untuk menjalankan kegiatan perusahaan, namun belum sepenuhnya dimanfaatkan atau dialokasikan untuk tujuan khusus. Adapun sumber daya yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan yaitu keuangan, penelitian dan pengembangan, pemasaran, manajemen SDM, sistem operasi, dan lainnya (Majidah & Pangestu, 2022). *Slack resources* terbagi menjadi dua jenis, pertama yaitu *unabsorbed slack* yang merupakan sumber daya perusahaan tetapi belum dimanfaatkan dan dapat dengan mudah digunakan. Kedua yaitu *absorbed slack* yang merupakan sumber daya perusahaan tetapi telah dialokasikan atau digunakan untuk tujuan tertentu, sehingga sulit untuk dimanfaatkan kembali.

$$\text{Slack Resources} = \text{Ln total kas dan setara kas} \quad (2)$$

E. *Gender Diversity*

Gender diversity adalah kondisi suatu kelompok atau organisasi melibatkan dan memperhatikan perbedaan jenis kelamin dengan adanya kombinasi laki-laki dan perempuan. *Gender diversity* mengacu pada kehadiran laki-laki dan perempuan pada posisi manajerial utama di perusahaan (Inawati & Oktafitria, 2023). Dalam konteks bisnis dan lingkungan kerja, *gender diversity* mencakup representasi yang seimbang antara pria dan wanita di berbagai tingkatan dan fungsi organisasi. Tujuan dari *gender diversity* adalah menciptakan lingkungan yang inklusif, merangsang inovasi, dan mencapai keadilan *gender* dalam pengambilan keputusan serta peluang karir. Menurut Kusumastuti (2008) dalam penelitian Hadya & Susanto (2018) mengatakan bahwa wanita cenderung mencegah terjadinya risiko dan lebih hati-hati serta lebih memperhatikan detail dibandingkan dengan pria, sehingga wanita menjadi cermat saat mengambil keputusan dan akan memberikan dampak positif bagi perusahaan untuk mengambil keputusan yang lebih tepat agar mengurangi terjadinya risiko.

$$\text{Gender Diversity} = \frac{\text{Jumlah anggota dewan direksi wanita}}{\text{Jumlah anggota dewan direksi}} \times 100\% \quad (3)$$

F. *Media Exposure*

Menurut Widiastuti et al. (2018) dalam penelitian (Inawati & Oktafitria, 2023) *media exposure* adalah peristiwa atau aktivitas perusahaan yang mempengaruhi aspek sosial maupun lingkungan yang kemudian dipublikasikan oleh media. Perusahaan memanfaatkan media sebagai sarana publikasi dan sosialisasi untuk menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap inisiatif sosial yang dilakukannya. Hal ini menyiratkan bahwa penggambaran perusahaan melalui media dapat mempengaruhi persepsi masyarakat secara positif maupun negatif tergantung perusahaan mengelola medianya. *Media exposure* dapat membantu menyuarkan upaya perusahaan dalam CSR, meningkatkan pemahaman tentang kontribusi positif perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Menurut Cahyaningsih & Septyaweni (2022) *media exposure* dapat diukur dengan pengungkapan CSR perusahaan pada YouTube. Tujuan penggunaan media dalam penelitian ini yaitu untuk menilai bagaimana pemanfaatan media sosial oleh perusahaan dalam mengomunikasikan kegiatan CSR. *Media exposure* dinilai menggunakan variabel *dummy*, akan diberi skor 1 apabila mengungkapkan kegiatan CSR di YouTube dan akan diberi skor 0 apabila tidak mengungkapkan kegiatan CSR di Youtube (Cahyaningsih & Septyaweni, 2022).

G. Pengaruh *Slack Resources* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Slack resources memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan investasi dalam CSR yang bermanfaat bagi berbagai *stakeholder*. Hal tersebut termasuk investasi dalam mendukung kesejahteraan *stakeholder* dan lingkungan, karena *slack resources* memberikan fleksibilitas kepada perusahaan untuk memilih kebijakan yang strategis sehingga pengungkapan CSR akan lebih berkualitas (Sugiarti, 2020). Penjelasan sebelumnya mendukung prediksi penulis bahwa *slack resources* tinggi di suatu perusahaan memiliki efek menguntungkan pada pelaporan CSR, sehingga *slack*

resources mempunyai dampak positif terhadap pengungkapan CSR (Majidah & Pangestu, 2022) dan (Yuliandhari & Andrita, 2021).

H_{a1} : Slack resources mempunyai dampak positif secara parsial terhadap pengungkapan CSR

H. Pengaruh *Gender Diversity* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

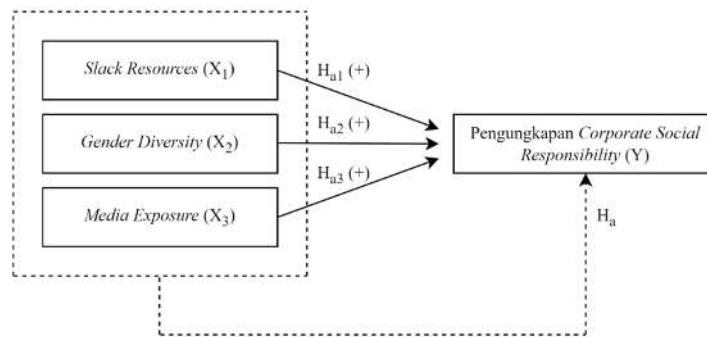
Gender diversity secara khusus menekankan masuknya perempuan dalam dewan direksi. *Gender diversity* membawa berbagai perspektif yang dapat meningkatkan inovasi dan pengambilan keputusan, artinya perusahaan lebih mampu mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan berbagai kelompok *stakeholder* yang berbeda. Dengan adanya *gender diversity* juga berhubungan dengan CSR, karena perusahaan yang berkomitmen pada keberagaman gender cenderung lebih berfokus pada praktik yang adil dan sejalan dengan kepentingan jangka panjang *stakeholder*. Keanekaragaman gender bila dihitung menggunakan rasio keberadaan wanita di dewan direksi dapat memperkuat transparansi pengungkapan CSR serta meminimalisir kendala terkait CSR (Inawati & Oktafitria, 2023). Hal ini dikarenakan wanita cenderung menjadi lebih hati-hati saat mengambil keputusan dan akan memberikan dampak positif apabila digunakan untuk membantu mengambil keputusan agar meminimalisir risiko. Penjelasan sebelumnya mendukung prediksi penulis bahwa *gender diversity* meningkat di suatu perusahaan memiliki efek menguntungkan pada pelaporan CSR, sehingga *gender diversity* mempunyai dampak positif terhadap pengungkapan CSR (Boukattaya & Omri, 2021) dan (Issa & Fang, 2019).

H_{a2} : Gender diversity mempunyai dampak positif secara parsial terhadap pengungkapan CSR

I. Pengaruh *Media Exposure* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Widiastuti et al. (2018) dalam penelitian (Inawati & Oktafitria, 2023) *media exposure* adalah peristiwa atau aktivitas perusahaan yang mempengaruhi aspek lingkungan maupun sosial yang kemudian diungkapkan oleh media. Hal ini menyiratkan bahwa penggambaran perusahaan melalui media dapat mempengaruhi persepsi masyarakat baik secara positif maupun negatif, tergantung bagaimana perusahaan mengelola medianya. Selain itu, *media exposure* pun dapat membantu perusahaan dalam menyampaikan informasi secara transparan kepada *stakeholder*. Melalui media, perusahaan dapat mengkomunikasikan kebijakan, kinerja, inisiatif sosial, dan tanggapan terhadap isu-isu yang relevan. Transparansi ini penting untuk membangun kepercayaan dan kredibilitas dengan *stakeholder*. Media berperan penting dalam mengkomunikasikan kegiatan CSR. Dengan memberitakan kegiatan CSR, perusahaan dapat menunjukkan komitmennya terhadap kepentingan *stakeholder* dan memperkuat reputasi sebagai organisasi yang bertanggung jawab. *Media exposure* dapat membantu menyuarakan upaya perusahaan dalam CSR, meningkatkan pemahaman tentang pengaruh konkret perusahaan terhadap publik maupun lingkungan sekitar. Penjelasan sebelumnya mendukung prediksi penulis bahwa *media exposure* mempunyai dampak positif terhadap pengungkapan CSR (Tiono et al., 2022), (Alfariz & Widiastuti, 2021), dan (Lubis & Dewi, 2020).

H_{a2} : Media exposure mempunyai dampak positif secara parsial terhadap pengungkapan CSR



Keterangan:
 Pengaruh Parsial —————>
 Pengaruh Simultan - - - - ->

Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Data diolah penulis (2024)

III. METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian ini didasarkan pada metode kuantitatif. Pengoperasian analisis data panel memanfaatkan *Eviews 12*. Perusahaan sektor barang baku yang terdaftar di BEI tahun 2018-2022 merupakan populasi penelitian. Metode penentuan sampel ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sehingga menghasilkan 55 data sampel penelitian dari 11 perusahaan dengan periode 5 tahun.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Rasio

Tabel 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Rasio

Keterangan	Pengungkapan CSR (Y)	Slack resources (X1)	Gender diversity (X2)
Mean	0.50702	26.72852	0.05475
Maximum	0.91275	29.67198	0.40000
Minimum	0.22819	21.15071	0.00000
Std. Deviasi	0.15014	2.53542	0.10086
Observasi	55	55	55

Sumber: Hasil Output *Eviews 12*, data diolah penulis (2024)

Pada variabel pengungkapan CSR menghasilkan *mean* > std. deviasi artinya variabel dependen berkelompok atau tidak bervariasi. Variabel *slack resources* menghasilkan *mean* > std. deviasi artinya variabel berkelompok atau tidak bervariasi. Variabel *gender diversity* menghasilkan nilai *mean* < standar deviasi artinya variabel menyebar atau bervariasi.

B. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Nominal

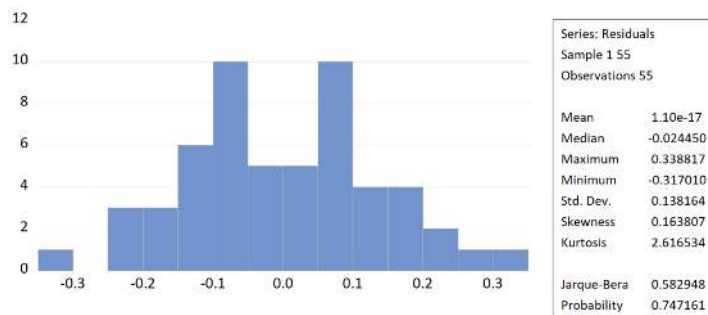
Tabel 2 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Nominal

Keterangan	Total	%
Mengungkapkan Kegiatan CSR di YouTube = 1	18	33%
Tidak Mengungkapkan Kegiatan CSR di YouTube = 0	37	67%
Total Observasi	55	100%

Sumber: Data diolah penulis (2024)

Pada variabel *media exposure* yang diukur dengan variabel *dummy* memiliki 55 sampel. Hasil pengujian menunjukkan 18 sampel sebesar 33% mengungkapkan CSR pada media YouTube perusahaannya. Sisanya 37 sampel sebesar 67% tidak mengungkapkan CSR pada media YouTube perusahaannya.

C. Uji Normalitas



Gambar 2 Hasil Uji Normalitas

Sumber: Hasil Output Eviews 12, data diolah penulis (2024)

Hasil uji normalitas menunjukkan nilai *probability Jarque-Bera* yaitu $0.813438 > 0.05$, artinya data berdistribusi normal.

D. Uji Autokorelasi

Tabel 3 Hasil Uji Autokorelasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:
Null hypothesis: No serial correlation at up to 2 lags

F-statistic	0.484664	Prob. F(2,49)	0.6188
Obs*R-squared	1.066916	Prob. Chi-Square(2)	0.5866

Sumber: Hasil Output Eviews 12, data diolah penulis (2024)

Hasil uji autokorelasi menunjukkan nilai *Prob. Chi-Square* pada *Obs*R-Squared* sebesar $0.8003 > 0.05$, artinya tidak terjadi autokorelasi.

E. Uji Multikolinearitas

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas

Variance Inflation Factors
Date: 07/29/24 Time: 22:55
Sample: 1 55
Included observations: 55

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	0.047752	129.9405	NA
SR	6.34E-05	124.3159	1.088645
GD	0.042523	1.502440	1.155612
ME	0.002000	1.780699	1.197925

Sumber: Hasil Output Eviews 12, data diolah penulis (2024)

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai *VIF* < 10 , artinya tidak terdapat multikolinearitas.

F. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey
Null hypothesis: Homoskedasticity

F-statistic	2.547366	Prob. F(3,51)	0.0661
Obs*R-squared	7.167469	Prob. Chi-Square(3)	0.0667
Scaled explained SS	4.981218	Prob. Chi-Square(3)	0.1732

Sumber: Hasil Output Eviews 12, data diolah penulis (2024)

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai *Prob. Chi-Square* pada *Obs*R-Squared* sebesar $0.0578 > 0.05$, artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.

G. Persamaan Regresi Data Panel dengan *Fixed Effect Model* (FEM)

Tabel 6 Hasil Uji FEM

Dependent Variable: CSR
 Method: Panel Least Squares
 Date: 07/30/24 Time: 09:08
 Sample: 2018 2022
 Periods included: 5
 Cross-sections included: 11
 Total panel (balanced) observations: 55

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.871087	0.662422	-1.315004	0.1958
SR	0.050091	0.024750	2.023919	0.0495
GD	0.152312	0.216995	0.701912	0.4867
ME	0.094399	0.061390	1.537679	0.1318

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)			
R-squared	0.475644	Mean dependent var	0.507016
Adjusted R-squared	0.309385	S.D. dependent var	0.150137
S.E. of regression	0.124769	Akaike info criterion	-1.109375
Sum squared resid	0.638260	Schwarz criterion	-0.598417
Log likelihood	44.50781	Hannan-Quinn criter.	-0.911783
F-statistic	2.860856	Durbin-Watson stat	1.403247
Prob(F-statistic)	0.005144		

Sumber: Hasil Output Eviews 12, data diolah penulis (2024)

Berdasarkan hasil uji pada tabel di atas, maka diperoleh persamaan regresi data panel sebagai berikut:

$$Y = -0.871087 + 0.050091 (SR) + 0.152312 (GD) + 0.094399 (ME) + \epsilon$$

Keterangan:

- Y : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
- SR : *Slack Resources*
- GD : *Gender Diversity*
- ME : *Media Exposure*
- ϵ : Tingkat Kesalahan (*Error Term*)

H. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7 Koefisien Determinasi

R-squared	0.475644	Mean dependent var	0.507016
Adjusted R-squared	0.309385	S.D. dependent var	0.150137
S.E. of regression	0.124769	Akaike info criterion	-1.109375
Sum squared resid	0.638260	Schwarz criterion	-0.598417
Log likelihood	44.50781	Hannan-Quinn criter.	-0.911783
F-statistic	2.860856	Durbin-Watson stat	1.403247
Prob(F-statistic)	0.005144		

Sumber: Hasil Output Eviews 12, data diolah penulis (2024)

Nilai *adjusted R-squared* sebesar 0.303930 atau 30.39%, artinya variabel *slack resources*, *gender diversity*, dan *media exposure* hanya bisa menjelaskan pengungkapan CSR sebesar 30.39% sehingga sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

I. Uji Simultan (Uji F)

Tabel 8 Hasil Uji Simultan (Uji F)

R-squared	0.475644	Mean dependent var	0.507016
Adjusted R-squared	0.309385	S.D. dependent var	0.150137
S.E. of regression	0.124769	Akaike info criterion	-1.109375
Sum squared resid	0.638260	Schwarz criterion	-0.598417
Log likelihood	44.50781	Hannan-Quinn criter.	-0.911783
F-statistic	2.860856	Durbin-Watson stat	1.403247
Prob(F-statistic)	0.005144		

Sumber: Hasil Output Eviews 12, data diolah penulis (2024)

Nilai Probabilitas (*F-statistic*) < 0,05 yaitu sebesar 0.005792. Sehingga *slack resources*, *gender diversity*, dan *media exposure* secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

J. Uji Parsial (Uji t)

Tabel 9 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.871087	0.662422	-1.315004	0.1958
SR	0.050091	0.024750	2.023919	0.0495
GD	0.152312	0.216995	0.701912	0.4867
ME	0.094399	0.061390	1.537679	0.1318

Sumber: Hasil Output Eviews 12, data diolah penulis (2024)

Hasil uji t menunjukkan variabel *slack resources* memiliki nilai probabilitas sebesar 0.0495 < 0,05. Koefisien yang dihasilkan sebesar 0.050091. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *slack resources* mempunyai dampak positif terhadap pengungkapan CSR. Variabel *gender diversity* memiliki nilai probabilitas sebesar 0.4867 > 0,05. Koefisien yang dihasilkan sebesar 0.152312. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *gender diversity* tidak berdampak terhadap pengungkapan CSR. Variabel *media exposure* memiliki nilai probabilitas sebesar 0.1318 > 0,05. Koefisien yang dihasilkan sebesar 0.094399. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *media exposure* tidak berdampak terhadap pengungkapan CSR.

K. Pengaruh *Slack Resources* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Slack resources memiliki nilai probabilitas sebesar 0.0495 < 0,05. Koefisien yang dihasilkan sebesar 0.050091. Artinya variabel *slack resources* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Kesimpulan ini sesuai dengan hipotesis penelitian yaitu *slack resources* mempunyai dampak positif terhadap pengungkapan CSR. Artinya, tinggi rendahnya sumber daya perusahaan dapat memotivasi perusahaan untuk melakukan kegiatan pengungkapan CSR. Hasil akhir penelitian ini sesuai dengan Majidah & Pangestu (2022) dan Yuliandhari & Andrita (2021) yang mengemukakan bahwa *slack resources* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

L. Pengaruh *Gender Diversity* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Gender diversity memiliki nilai probabilitas sebesar 0.4867 > 0,05. Koefisien yang dihasilkan sebesar 0.152312. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *gender diversity* tidak mempunyai dampak terhadap pengungkapan CSR. Kesimpulan ini tidak sesuai dengan hipotesis penelitian yaitu *gender* mempunyai dampak positif terhadap pengungkapan CSR. Artinya, bahwa anggota dewan direksi wanita dalam jajaran direksi masih belum mampu mempengaruhi perusahaan dalam kegiatan pengungkapan CSR. Oleh karena itu, ada atau tidak adanya keberadaan wanita dalam dewan direksi tidak mempengaruhi pelaksanaan kegiatan CSR. Hasil akhir penelitian ini sesuai dengan Inawati & Oktafitria (2023) yang berpendapat bahwa *gender diversity* tidak memberikan pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

M. Pengaruh *Media Exposure* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Media exposure memiliki nilai probabilitas sebesar 0.1318 > 0,05. Koefisien yang dihasilkan sebesar 0.094399. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *media exposure* tidak berdampak terhadap pengungkapan CSR. Kesimpulan ini tidak sesuai dengan hipotesis penelitian yaitu *media exposure* mempunyai dampak positif terhadap pengungkapan CSR. Artinya, bahwa *media exposure* masih belum mampu mempengaruhi perusahaan dalam kegiatan pengungkapan CSR. Alasannya karena beberapa perusahaan enggan untuk terlalu transparan dalam praktik CSR

perusahaannya karena menghindari mendapat kritik atau sorotan negatif terhadap aspek lain dari operasional mereka. Paparan media yang intens bisa membuat perusahaan lebih tertutup, bukan lebih terbuka. Hasil akhir penelitian ini sesuai dengan Sarra & Alamsyah (2020) yang berpendapat bahwa *media exposure* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil akhir dari uji simultan yaitu variabel *slack resources*, *gender diversity*, dan *media exposure* secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan sektor barang baku yang terdaftar di BEI tahun 2018-2022. Lalu berdasarkan hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel *slack resources* mempunyai dampak positif terhadap pengungkapan CSR, sedangkan untuk variabel *gender diversity* dan *media exposure* tidak berdampak terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan sektor barang baku yang terdaftar di BEI tahun 2018-2022. Berdasarkan hasil yang tersedia, penulis memberikan rekomendasi dalam dua aspek:

- A. Aspek teoritis, disarankan dapat digunakan sebagai salah satu informasi tambahan dalam menambah pengetahuan baru. Untuk pengembangan penelitian selanjutnya, disarankan untuk meneliti pengungkapan CSR dengan objek yang berbeda, tahun penelitian yang berbeda, serta menambahkan variabel lain untuk diuji.
- B. Aspek praktis, bagi perusahaan disarankan lebih mengoptimalkan pengungkapan CSR pada *sustainability report*. Selain itu, perusahaan disarankan untuk meningkatkan jumlah aset, karena perusahaan dengan aset yang berlebih dapat lebih mudah untuk berkontribusi pada pengungkapan CSR. Bagi investor disarankan penelitian ini bisa menjadi informasi tambahan untuk berinvestasi. Bagi pemerintah disarankan penelitian ini dapat meningkatkan pengawasan terhadap kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia.

REFERENSI

- Alfariz, R., & Widiastuti, H. (2021). The Influence of Media Exposure, Managerial Ownership, and the Indonesia Sustainability Reporting Award on Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure. *Journal of Economics, Business and Management Research*, 176, 259–266.
- Boukattaya, S., & Omri, A. (2021). Impact of Board Gender Diversity on Corporate Social Responsibility and Irresponsibility: Empirical Evidence from France. *Sustainability (Switzerland)*, 13(9), 1–14. <https://doi.org/10.3390/su13094712>
- Cahyaningsih, & Septyaweni, A. (2022). Corporate Social Responsibility Disclosure Before and During the Covid-19 Pandemic. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing Indonesia*, 26(1), 11–22. <https://doi.org/10.20885/jaai.vol26.i>
- Hadya, R., & Susanto, R. (2018). Model Hubungan Antara Keberagaman Gender, Pendidikan Dan Nationality Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Benefita*, 3(2), 149–160. <https://doi.org/10.22216/jbe.v3i2.3432>
- Inawati, W. A., & Oktafitria, A. (2023). Bagaimana Gender, Risk, dan Media terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility? *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 7(4), 3541–3552. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i4.1653>
- Indriyani, A. D., & Yuliandhari, W. S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan Indeks LQ 45 Non-Keluangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018). *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, 6(1), 1159–1568.
- Issa, A., & Fang, H. X. (2019). The Impact of Board Gender Diversity on Corporate Social Responsibility in the Arab Gulf States. *Gender in Management*, 34(7), 577–605. <https://doi.org/10.1108/GM-07-2018-0087>
- Krisnawati, A., Yudoko, G., & Bangun, Y. R. (2018). Modeling an Effective Corporate Social Responsibility Based on Systems Theory and Management Functions: A Case Study In Indonesia. *International Journal of Business and Society*, 19, 249–261. www.pu.go.id,
- Lubis, W. Y. B., & Dewi, L. G. K. (2020). The Effect of Profitability, Industrial Type, and Media Exposure on Corporate Social Responsibility Disclosure. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 4(1), 279–285. www.ajhssr.com
- Majidah, M., & Pangestu, F. I. G. (2022). Determinant Factors of Corporate Social Responsibility Disclosure. *Proceedings of The5thEuropean International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 2868–2878.

- Putri, Y. R., & Yuliandhari, W. S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Sales Growth, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Indeks Kompas 100 Tahun 2017-2018. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 4(1), 1–11.
- Sari, D., Khoiriyah, Y., Astuti, H. W., & Puspita, N. D. (2022). Pengaruh Slack Resources Terhadap Kualitas Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Terapan Akuntansi*, 6(1), 63–70.
- Sarra, H. D., & Alamsyah, S. (2020). Pengaruh Kinerja Lingkungan, Citra Perusahaan dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan CSR. *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin*, 2, 410–417.
- Septianingsih, L. R., & Muslih, M. (2019). Board Size, Ownership Diffusion, Gender Diversity, Media Exposure, dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Kasus pada Perusahaan Indeks SRI-KEHATI yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017). *Jurnal Akuntansi Maranatha*, 11(2), 218–229. <http://journal.maranatha.edu>
- Silaban, N. P. S., Aristi, M. D., & Putri, A. A. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Risk Minimization, Dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 515–524. <https://doi.org/10.25105/jet.v2i2>
- Sugiarti, R. (2020). Pengaruh Firm Maturity Dan Slack Resources Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Journal of Applied Business and Economics*, 7(1), 48–64.
- Tiono, V. A., Wijaya, H., & Merida, P. D. (2022). Pengaruh Slack Resources, Media Exposure Dan Sensitivitas Industri Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 11(1), 48–57. <https://doi.org/10.33508/jima.v11i1.3977>
- Yuliandhari, W. S., & Andrita, K. (2021). Pengaruh Kinerja Lingkungan, Slack Resources, dan Ukuran Dewan Direksi terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(2), 75–84. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i2.2069>