

**Pengaruh *Slack Resources, Profitabilitas, dan Media Exposure* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***Mohamad Rafki Nazar<sup>1</sup>, Nur Hidayah Istiqomah<sup>2</sup><sup>1,2</sup>Program Studi Akutansi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Telkom[azzamkhansa@telkomuniversity.ac.id](mailto:azzamkhansa@telkomuniversity.ac.id)<sup>1</sup>, [istihaqi@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:istihaqi@student.telkomuniversity.ac.id)<sup>2</sup>**Abstract**

The purpose of this study is to determine the effect of slack resources, profitability, and media exposure on corporate social responsibility disclosure (study of companies listed on the kompas 100 index in 2018-2021). This research is descriptive and verification research. The population in the study totalled 100 companies listed in the Kompas 100 Index for the 2018-2021 period. In this study, the data analysis used a panel data regression model and was processed using Eviews 12 software. The results of this study, namely the value of corporate social responsibility disclosure, show that the majority of Kompas 100 Index companies in 2018-2021 do not have a good level of CSR disclosure. Slack resources as measured using Short Term Slack which is calculated using the value of cash and cash equivalents during 2018-2021 according to research observations, the majority of companies are quite efficient in receiving cash and cash equivalents. Profitability as measured using ROA during 2018-2021 according to research observations, the majority of companies have not used assets efficiently enough to generate profits. Media exposure according to research observations, the majority of Kompas 100 Index companies in 2018-2021 have disclosed corporate social responsibility activities on the company's official website. Based on simultaneous hypothesis testing, it is concluded that the slack resources, profitability, and media exposure variables have an influence on corporate social responsibility disclosure. Based on the coefficient of determination, the independent variables consisting of slack resources, profitability, and media exposure are able to explain the dependent variable, namely the disclosure of corporate social responsibility by 72.33%. Based on partial hypothesis testing, the results obtained Slack resources, Profitability, Media Exposure have a positive effect on the disclosure of corporate social responsibility.

**Keywords:** Slack Resources, Profitabilitas, Media Exposure, Corporate Social Responsibility, Short Term Slack.

**Abstrak**

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *slack resources, profitabilitas, dan media exposure* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (studi pada perusahaan yang terdaftar di indeks kompas 100 tahun 2018-2021). Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Populasi dalam penelitian berjumlah 100 perusahaan yang Terdaftar di Indeks Kompas 100 periode 2018-2021. Pada penelitian ini, analisis data menggunakan model regresi data panel dan diolah menggunakan software Eviews 12. Hasil penelitian ini yaitu nilai pengungkapan corporate social responsibility menunjukkan bahwa perusahaan Indeks Kompas 100 tahun 2018-2021 mayoritas belum memiliki tingkat pengungkapan CSR yang baik. *Slack resources* yang diukur dengan menggunakan *Short Term Slack* yang dihitung menggunakan nilai kas dan setara kas selama tahun 2018-2021 menurut observasi penelitian mayoritas perusahaan sudah cukup efisien dalam penerimaan kas dan setara kas. Profitabilitas yang diukur dengan menggunakan ROA selama tahun 2018-2021 menurut observasi penelitian mayoritas perusahaan belum cukup efisien menggunakan aset dalam memperoleh laba. *Media exposure* menurut observasi penelitian mayoritas perusahaan Indeks Kompas 100 tahun 2018-2021 sudah mengungkapkan aktivitas *corporate social responsibility* pada website resmi perusahaan. Berdasarkan pengujian hipotesis secara simultan, diperoleh kesimpulan bahwa variabel *slack resources, profitabilitas, dan media exposure* mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Berdasarkan nilai koefisien determinasi, variabel bebas yang terdiri dari *slack resources, profitabilitas, dan media exposure* mampu menjelaskan variabel terikat yaitu pengungkapan *corporate social responsibility* sebesar 72.33%. Berdasarkan pengujian hipotesis secara paralel, diperoleh hasil *Slack resources, Profitabilitas, Media Exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

**Kata Kunci:** *Slack Resources, Profitabilitas, Media Exposure, Corporate Social Responsibility, Short Term Slack.*

INFEB is licensed under a Creative Commons 4.0 International License.



## 1. Pendahuluan

Pengungkapan *corporate social responsibility* adalah suatu bentuk dari kepedulian yang dilakukan oleh perusahaan kepada masyarakat menyangkut segala bentuk dampak seluruh kegiatan perusahaan [1]. Konsep tanggung jawab sosial perusahaan mengikuti teori legitimasi. Perusahaan memperoleh legitimasi dari pemerintah dengan menjaga kelestarian lingkungan, taat membayar pajak, dan mendapatkan legitimasi dari masyarakat dengan mempublikasikan kegiatan CSR di berbagai media cetak dan digital [2]. Namun, di Indonesia sendiri kesadaran mengenai CSR bagi mayoritas perusahaan maupun stakeholders masih sangatlah rendah [3]. Pengungkapan CSR telah diatur dan berfungsi sebagai media komunikasi dan akuntabilitas kepada para pemangku kepentingan [16].

Kerusakan lingkungan berupa kebakaran hutan, pencemaran udara, dan pencemaran air sering sekali terjadi saat ini. Salah satu penyebab terjadinya kerusakan lingkungan tersebut adalah aktivitas operasional perusahaan [4]. Kerusakan lingkungan yang terjadi akhir-akhir ini menuntut perusahaan untuk mengambil tindakan dan lebih memperhatikan masyarakat dan lingkungan [5]. Sebagai bentuk kepedulian dan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan, perusahaan berkomitmen untuk memenuhi tanggung jawab sosialnya atau lebih dikenal dengan tanggung jawab sosial perusahaan [6].

Untuk meningkatkan kesadaran perusahaan, pemerintah Indonesia membuat peraturan tentang konsep *Corporate Social Responsibility* yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Pasal 74 tahun 2007 dan setelahnya pemerintah Indonesia lebih memperkuat aturan tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012, pada pasal 2 dan ini pelaksanaannya dipertanggung jawabkan kepada RUPS, serta perusahaan yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungannya dikenakan sanksi, sedangkan yang melaksanakan tanggung jawabnya akan mendapatkan penghargaan [7].

Menurut *Association of Chartered Certified Accountants (ACCA)* tanggung jawab sosial perusahaan dimuat dalam *sustainability reporting*. Salah satu alat ukur tanggung jawab sosial perusahaan yang ada di dalam laporan keberlanjutan yaitu *Global Reporting Initiative (GRI)*. *Global Reporting Initiative (GRI)* merupakan organisasi Internasional, yang dapat membantu perusahaan di Indonesia untuk melakukan komunikasi tentang pengungkapan lingkungan, ekonomi, dan sosial sekitar perusahaan serta mengkomunikasikan dampak bisnisnya mengenai perubahan iklim, korupsi, serta Hak Asasi Manusia. *Sustainability reporting* berisikan tentang informasi tentang dampak lingkungan, ekonomi, dan sosial yang disebabkan oleh aktivitas operasional perusahaan. Pada penelitian ini pengukuran Pengungkapan CSR menggunakan Standard GRI yang berlaku sejak 1 Juli

2017 menggantikan GRI G4, *Standard GRI* terdiri dari 149 item di dalamnya.

Fenomena pertama yang terkait dengan pengungkapan *corporate social responsibility* terjadi pada PT Timah Tbk. (TINS) yang merupakan anggota dari kompas 100, pada tahun 2020 melakukan kegiatan operasional pertambangan di laut bangka belitung yang ternyata merugikan warga setempat. PT Timah Tbk. yang menggunakan standar pelaporan GRI G4 dalam pelaporan CSR dan pernah mendapatkan penghargaan *gold rating* pada *sustainability report*-nya menunjukkan bahwa terdapat indikasi adanya pelanggaran dalam pengungkapannya [8]. Kerugian yang dialami warga setempat disebabkan oleh PT Timah Tbk yang menghiraukan batasan lahan pertambangan dalam regulasi kesepakatan antara pemda dan warga setempat yang mana hal tersebut termasuk ke dalam aspek sosial dan ekonomi dalam pengungkapan CSR [9].

Fenomena kedua yaitu per November 2022, terdapat 287 atau 78,85 persen perusahaan yang berada di Kabupaten Jepara belum melaporkan laporan CSR. Komite TSP Pemkab Jepara mengungkapkan bahwa pelaporan CSR pada perusahaan yang beroperasional di Kabupaten Jepara masih belum optimal walaupun telah dipermudah dengan adanya aplikasi Simoncer (Sistem Informasi Monitoring dan Evaluasi CSR) sejak tahun 2019 [10]. Berdasarkan fenomena terlihat masih banyak perusahaan yang menghiraukan tanggung jawab sosial walaupun telah masuk ke dalam indeks Kompas 100 bahkan telah dipermudah oleh aplikasi. *Stakeholder* dapat mengendalikan atau memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan oleh perusahaan [11].

Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan teori *stakeholder* sebagai basis teori yang mendasari penelitian ini [12]. Penggunaan teori *stakeholder* menjelaskan bahwa pertanggungjawaban yang dilakukan oleh para *stakeholder* perusahaan tidak hanya berupa kinerja keuangan dan laporan keuangan saja melainkan juga terkait dampak operasional secara sosial dan lingkungan [13]. Selain dari itu, teori *stakeholder* perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya (pemegang saham, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analisis dan pihak lainnya) [14].

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* yang dijadikan variabel bebas pada penelitian ini [15]. Faktor pertama yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* yaitu *slack resources* [16]. *Slack resources* merupakan sumber daya yang berlebihan mencakup sumber daya potensial atau aktual yang membantu organisasi mana pun berhasil beradaptasi dengan perubahan [17]. Juga menyediakan sarana bagi organisasi untuk mengadopsi strategi tertentu ke lingkungan eksternal [18]. Pengukuran yang tepat untuk *slack resources* menggunakan nilai

kas dan setara kas yang artinya nilai kas dan setara kas di ubah menjadi logaritma natural kas dan setara kas agar terhindar dari data yang bersifat *outlier* [19]. *Slack resources* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* karena semakin tinggi tingkat *slack resources* perusahaan, maka semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk berinvestasi pada aktivitas dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, bahwa *slack resources* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, karena tingginya *slack resources* yang diukur dengan kas dan setara kas tidak menjamin kualitas pengungkapan CSR suatu perusahaan menjadi lebih baik [20]. Hal tersebut dikarenakan tidak ada regulasi yang mengatur besar biaya yang perlu dikeluarkan perusahaan untuk CSR, sehingga perusahaan cenderung menentukan besar pengeluaran yang digunakan untuk CSR dan pelaporannya sesuai dengan ketentuan perusahaan tanpa melihat kas dan setara kas yang dimiliki oleh perusahaan [21].

Faktor kedua yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* adalah profitabilitas. Semakin besar profitabilitas tahun lalu maka semakin besar biaya untuk program *corporate social responsibility* untuk tahun sekarang [22]. Profitabilitas dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan profit, tentu akan menarik minat para investor untuk berinvestasi di perusahaan mereka. Profitabilitas dapat menjadi salah satu ukuran dari keberhasilan perusahaan dari aktivitas operasi yang dilakukannya pada suatu periode tertentu, dimana keuntungan (laba) sebagai tujuannya. Perusahaan dengan tingkat keuangannya yang baik ataupun stabil memungkinkan untuk mendapat lebih besar tekanan dari lingkungan sekitar perusahaan agar melakukan pengungkapan CSR dengan baik. Dalam penelitian ini digunakan proksi *Return on Asset* (ROA) karena proksi tersebut mengukur kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba dari penggunaan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR karena semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dimiliki oleh perusahaan, maka semakin tinggi kelengkapan pengungkapan laporan tahunan yang dimilikinya. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR karena laba yang dimiliki perusahaan diprioritaskan untuk kepentingan operasional, sehingga pemanfaatan untuk aktivitas sosial lebih sedikit sehingga perusahaan tidak dapat mengungkapkan CSR dengan baik.

Faktor ketiga pada penelitian ini adalah media. Dianggap dapat mendongkrak reputasi perusahaan, komunikasi CSR melalui media dapat menjadi salah satu metode pengungkapan CSR yang paling berpengaruh. Untuk menciptakan kepercayaan melalui operasi tanggung jawab sosial perusahaan, emiten

harus memiliki kemampuan untuk memenuhi tuntutan pemangku kepentingan dan berkomunikasi secara efektif dengan pemangku kepentingan tersebut. Jika perusahaan ingin membentuk kepercayaan melalui kegiatan CSR, maka emiten wajib berkompasitas dalam memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan dan berkomunikasi dengan para *stakeholder*. Proksi yang digunakan dalam menghitung variabel *media exposure* adalah variabel dummy yaitu memberikan nilai 1 jika perusahaan mengungkapkan CSR pada *website* resmi perusahaan dan memberikan nilai 0 jika perusahaan tidak mengungkapkan aktivitas CSR pada *website* resmi perusahaan. Pengungkapan media berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility disclosure* karena keterbukaan informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan melalui media sosial seperti *website* resmi perusahaan dapat meningkatkan nilai dan citra perusahaan di mata *stakeholder*, masyarakat dan juga pihak-pihak yang bersangkutan lainnya. Media *exposure* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility disclosure* karena banyak perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan CSR melalui media, namun disisi lain perusahaan tetap melakukan pengungkapan CSR dengan baik. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *slack resources*, profitabilitas, dan media *exposure* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (studi pada perusahaan yang terdaftar di indeks kompas 100 tahun 2018-2021).

## **2. Metode Penelitian**

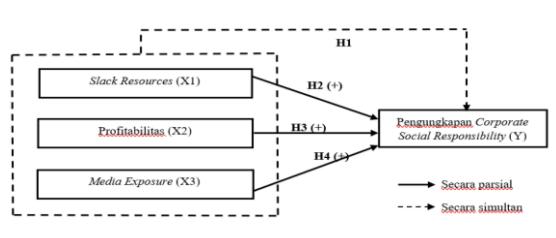
Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi pengaruh *slack resources*, profitabilitas dan *media exposure* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Berdasarkan tujuannya penelitian ini dapat dikategorikan sebagai penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang menjelaskan suatu data yang dikumpulkan sebagaimana adanya, tanpa menganalisis dan menarik kesimpulan yang berlaku umum, dan penelitian verifikatif adalah penelitian yang dilakukan untuk memverifikasi keakuratan hasil penelitian sebelumnya.

Waktu pelaksanaan, penelitian ini menggunakan waktu pelaksanaan data panel. Data panel merupakan gabungan dari *cross-section* dan *time series* yang berisikan data dari beberapa objek penelitian dengan beberapa periode atau tahun. Berdasarkan strategi penelitiannya, penelitian ini termasuk dalam studi kasus. Studi kasus adalah penelitian dengan menggunakan karakteristik masalah yang berhubungan dengan kondisi dan latar belakang objek penelitian, dan interaksi dengan lingkungan untuk mengkaji secara mendalam subjek tertentu. Objek penelitian dapat berupa kelompok, individu, komunitas atau institusi. Pada penelitian ini melibatkan kelompok sebagai objek penelitian, yaitu perusahaan yang Terdaftar di Indeks Kompas 100 periode 2018-2021.

Tingkat intervensi data tergantung pada studi yang dijalankan. Maka dari itu, jika peneliti ingin mempelajari faktor yang dapat mempengaruhi efektivitas pelatihan, maka yang harus dilakukan yaitu menyusun kerangka teoritis, mengumpulkan data relevan, serta menganalisis untuk menghasilkan temuan, sehingga dalam peneliti tidak mengintervensi data dalam penelitian. Berdasarkan latar penelitian, penelitian ini termasuk ke dalam *non-contrived*. *Non-contrived* adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab akibat yang melibatkan lingkungan sesungguhnya atau dimana kejadian itu terjadi sesuai fakta, dan peneliti tidak mengintervensi apa pun. Berdasarkan waktu pelaksanaannya, penelitian ini menggunakan data panel yaitu kombinasi antara *cross section* dengan *time series*.

Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel, yaitu variabel independen, dan variabel dependen. Variabel dependen pada penelitian ini pengungkapan *corporate social responsibility* di ukur menggunakan *standards GRI* dengan 149 item pengungkapan. Penelitian ini menggunakan empat variabel independen yaitu *Slack Resources* (X1), *Profitabilitas* (X2), *Media Exposure* (X3). Populasi adalah wilayah generalisasi atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian berjumlah 100 perusahaan yang Terdaftar di Indeks Kompas 100 periode 2018–2021. Sampel merupakan bagian dari jumlah yang dimiliki oleh suatu populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Total sampel yang digunakan penulis pada penelitian ini sebanyak 26 perusahaan dalam periode penelitian empat tahun dan total observasi sebanyak 104 yang diambil dari perusahaan yang Terdaftar di Indeks Kompas 100 tahun 2018–2021.

Pada penelitian ini menggunakan data sekunder yang didapatkan dari *annual report* dan *sustainability report* perusahaan yang Terdaftar di Indeks Kompas 100 periode 2018–2021. Pada saat melakukan analisis data penulis perlu mengelompokkan data dengan melakukan tabulasi data sesuai variabel-variabel penelitian, dan setelah itu melakukan pengujian data yang sudah di kelompokkan tadi. Pada penelitian ini, analisis data menggunakan model regresi data panel dan diolah menggunakan *software Eviews 12*. Selanjutnya kerangka pemikiran ditampilkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori penelitian dan kerangka pemikiran yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut H1 adalah *Slack resources*, *profitabilitas*, dan *media exposure* berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan yang Terdaftar di Indeks Kompas 100 periode 2018–2021. H2 adalah *Slack resources* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan yang Terdaftar di Indeks Kompas 100 periode 2018–2021. H3 adalah *Profitabilitas* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan yang Terdaftar di Indeks Kompas 100 periode 2018–2021. H4 adalah *Media exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan yang Terdaftar di Indeks Kompas 100 periode 2018–2021.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Hasil uji asumsi klasik ini dilakukan guna untuk menguji kelayakan regresi. Hal itu dilakukan karena dalam terdapat beberapa variabel independen, sehingga hasil uji independensi harus diuji terhadap variabel dependen. Di dalam pengujian asumsi klasik ini terdapat beberapa hal yang diuji, yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan uji multikolinearitas. Namun pada penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan hanyalah uji multikolonieritas dan uji heteroskedastisitas, karena penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel bebas dan penelitian ini terdapat data *cross-section* yang perlu diuji menggunakan uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

Uji multikolinearitas adalah hubungan linier yang sempurna atau pasti antara beberapa atau semua variabel independen dari model yang ada, sehingga koefisien regresi tidak pasti dan kesalahan standarnya tidak terbatas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Apabila nilai korelasi antar variabel independen (bebas)  $\geq 0.90$  maka terjadi multikolinearitas/korelasi yang cukup tinggi antar variabel independen (bebas), dan jika nilai korelasi antar variabel independen  $< 0.90$  hal itu berarti tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas pada penelitian. Nilai koefisien korelasi setiap variabel yakni *slack resources* (X<sub>1</sub>), *profitabilitas* (X<sub>2</sub>), dan *media exposure* (X<sub>3</sub>) menunjukkan bahwa tidak terdapat variabel yang memiliki nilai koefisien korelasi di bawah 0.90. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada korelasi antar variabel bebas atau tidak terjadi multikolinearitas dalam penelitian ini.

Uji heteroskedastisitas merupakan salah satu uji dimana kondisi varian dan kesalahan penganggu tidak konstan untuk semua variabel independen. Maka dari itu, dengan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas dapat dikatakan model regresi yang baik, hal ini dapat diuji dengan uji *Glejser*. Data terbebas dari heteroskedastisitas, hal ini dilihat dari nilai probabilitas ChiSquare yang lebih dari 0.05.

Dalam regresi data panel dilakukan pengujian yang berguna untuk mengetahui apakah *fixed effect model* lebih baik dari model regresi data panel tanpa variabel *dummy (common effect model)* dengan melihat *Sum of Squared Residual (RSS)*. Kriteria yang dapat digunakan yaitu dengan hipotesis sebagai berikut  $H_0$  adalah *Common effect model*.  $H_1$  adalah *Fixed effect model*.

Jika nilai probabilitas (*cross-section F*)  $< 0.05$  maka  $H_0$  ditolak atau regresi data panel menggunakan *fixed effect model*, namun jika nilai probabilitas rasio (*cross-section F*)  $\geq 0.05$  maka  $H_0$  diterima atau regresi data panel menggunakan *common effect model*. Pengujian uji chow menunjukkan bahwa nilai probabilitas *cross-section F* sebesar 0.0140 lebih kecil dari nilai probabilitas sebesar 0.05. Hal tersebut menunjukkan model menolak *common effect model* dan menerima *fixed effect model*.

Pengujian ini dilakukan untuk menentukan apakah *fixed effect* atau *random effect* yang digunakan. Kriteria yang dapat digunakan yaitu dengan hipotesis sebagai berikut  $H_0$  adalah *Random effect model*.  $H_1$  adalah *Fixed effect model*. Jika nilai probabilitas (*cross-section random*)  $< 0.05$  maka  $H_0$  ditolak atau regresi data panel menggunakan *fixed effect model*, namun jika nilai probabilitas rasio (*cross-section random*)  $\geq 0.05$  maka  $H_0$  diterima atau regresi data panel menggunakan *random effect model*.

Pengujian uji hausman menunjukkan bahwa nilai probabilitas *cross-section random* sebesar 0.0229 lebih kecil dari nilai probabilitas sebesar 0.05. Hal tersebut menunjukkan model menolak *random effect model* dan menerima *fixed effect model*. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, model yang sesuai untuk penelitian ini adalah *fixed effect model*. Berikut adalah hasil uji menggunakan *fixed effect model*. Model persamaan regresi yang terbentuk berdasarkan hasil penelitian adalah

$$Y = 4.443273 + 0.348490 X1_{it} + 0.923787 X2_{it} + 0.500322 X3_{it} + \varepsilon$$

Dimana  $Y$  adalah Pengungkapan *corporate social responsibility*.  $X1$  adalah *Slack Resources*.  $X2$  adalah Profitabilitas.  $X3$  adalah *Media Exposure*.  $\varepsilon$  adalah Tingkat Kesalahan (*Error Term*). Jika nilai konstanta sebesar 4.443273 artinya apabila variabel independen yaitu variabel *slack resources*, profitabilitas, dan *media exposure* dianggap konstan (bernilai 0), maka variabel dependen yaitu variabel pengungkapan *corporate social responsibility* akan bernilai sebesar 4.443273. Jika nilai koefisien regresi variabel *slack resources* menunjukkan sebesar 0.348490, artinya apabila variabel *slack resources* mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, sedangkan variabel independen lainnya yaitu variabel profitabilitas dan *media exposure* dianggap konstan (bernilai 0), maka variabel dependen yaitu variabel pengungkapan *corporate social responsibility* akan mengalami peningkatan 0.348490.

Jika nilai koefisien regresi variabel profitabilitas menunjukkan sebesar 0.923787, artinya apabila

variabel profitabilitas mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, sedangkan variabel independen lainnya yaitu variabel *slack resources* dan *media exposure* dianggap konstan (bernilai 0), maka variabel dependen yaitu variabel pengungkapan *corporate social responsibility* akan mengalami peningkatan 0.923787. Jika nilai koefisien regresi variabel *media exposure* menunjukkan sebesar 0.500322, artinya apabila variabel *media exposure* mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, sedangkan variabel independen lainnya yaitu variabel *slack resources* dan profitabilitas dianggap konstan (bernilai 0), maka variabel dependen yaitu variabel pengungkapan *corporate social responsibility* akan mengalami peningkatan 0.500322.

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam rangka menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali & Ratmono, 2018). Berdasarkan pada tabel 4.14, diperoleh nilai *adjusted R-squared* sebesar 0.723310 atau 72.331%. Hal ini menyatakan bahwa variabel bebas yang terdiri dari *slack resources*, profitabilitas, dan *media exposure* mampu menjelaskan variabel terikat yaitu pengungkapan *corporate social responsibility* sebesar 72.33%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian. Uji simultan (Uji F) menerangkan apakah semua variabel independen (*slack resources*, profitabilitas, dan *media exposure*) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (pengungkapan *corporate social responsibility*). Nilai probabilitas sebesar 0.002090 lebih kecil dari nilai probabilitas 0.05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya secara bersama-sama atau secara simultan *slack resources*, profitabilitas, dan *media exposure* berpengaruh signifikan terhadap variabel pengungkapan *corporate social responsibility*.

Uji parsial (uji t) menerangkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika nilai probabilitas  $> 0.05$  maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai probabilitas  $< 0.05$  maka dapat dikatakan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hasil pengujian secara parsial adalah sebagai berikut variabel *slack resources* menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0.0096 lebih kecil dari nilai probabilitas sebesar 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima, artinya secara parsial variabel *slack resources* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel pengungkapan *corporate social responsibility*.

Variabel profitabilitas menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0.0067 lebih kecil dari nilai probabilitas sebesar 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  diterima, artinya secara parsial variabel profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel pengungkapan *corporate social responsibility*. Variabel *media exposure* menunjukkan nilai

probabilitas sebesar 0.0051 lebih kecil dari nilai probabilitas sebesar 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  diterima, artinya secara parsial variabel *media exposure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel pengungkapan *corporate social responsibility*.

Dalam penelitian ini, pengaruh *slack resources*, profitabilitas, dan *media exposure* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dapat dilihat dari hasil pengujian statistik F. Nilai probabilitas yang dihasilkan sebesar 0.002090 lebih kecil dari 0,05 sehingga  $H_a$  diterima atau sejalan dengan hipotesis yang ditentukan bahwa *slack resources*, profitabilitas, dan *media exposure* berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pada tabel 5, variabel *slack resources* ( $X_1$ ) memiliki nilai signifikansi sebesar 0.0096 lebih kecil dari 0.05. Sehingga hasil tersebut menunjukkan  $H_{a1}$  diterima atau sejalan dengan hipotesis yang dibangun oleh penulis yang artinya secara parsial *slack resources* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

*Slack resources* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini disebabkan karena kelebihan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan dapat disalurkan dalam bentuk tanggung jawab sosial perusahaan atas aktivitas operasionalnya, dapat dikatakan ketika semakin besar *slack resources* yang dimiliki perusahaan maka semakin baik pula kualitas pengungkapan *corporate social responsibility*-nya. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial variabel profitabilitas ( $X_2$ ) memiliki nilai signifikansi sebesar 0.0067 lebih kecil dari 0.05. Sehingga hasil tersebut menunjukkan  $H_{a2}$  diterima atau sejalan dengan hipotesis yang dibangun oleh penulis yang artinya secara parsial profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini disebabkan karena jika semakin tinggi tingkat profitabilitas pada suatu perusahaan, maka akan semakin besar pengungkapan *corporate social responsibility* karena profitabilitas adalah salah satu faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosial kepada pemegang saham. Dalam hal ini agar perusahaan sedang menunjukkan kapasitas perusahaan yang baik, dan agar mendapat citra baik di hadapan *stakeholder*-nya.

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pada variabel *media exposure* ( $X_3$ ) memiliki nilai signifikansi sebesar 0.0067 lebih kecil dari 0.05. Sehingga hasil tersebut menunjukkan  $H_{a3}$  diterima atau sejalan dengan hipotesis yang dibangun oleh penulis yang artinya secara parsial *media exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate*

*social responsibility*. Media *exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini karena perusahaan yang mengungkapkan CSR pada *website* perusahaan cenderung mengungkapkan kegiatan sosialnya secara lebih luas dalam laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan.

#### **4. Kesimpulan**

kesimpulan adalah nilai pengungkapan *corporate social responsibility* menunjukkan bahwa perusahaan Indeks Kompas 100 tahun 2018-2021 mayoritas belum memiliki tingkat pengungkapan CSR yang baik dengan rata-rata sebesar 0.467411 yang menunjukkan tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* sebesar 46.74% dari standar GRI (GRI Standards) yang terdapat 149 indikator. *Slack resources* yang diukur dengan menggunakan *Short Term Slack* yang dihitung menggunakan nilai kas dan setara kas selama tahun 2018-2021 memiliki rata-rata sebesar 29.25391. Menurut observasi penelitian terdapat 57.7% observasi yang memiliki nilai di atas rata-rata, hal ini menunjukkan bahwa mayoritas perusahaan Indeks Kompas 100 tahun 2018-2021 sudah cukup efisien dalam penerimaan kas dan setara kas. Profitabilitas yang diukur dengan menggunakan *Return on Assets* (ROA) selama tahun 2018-2021 memiliki rata-rata sebesar 0.055502. Hasil penelitian terdapat 72.11% observasi yang memiliki nilai di bawah rata-rata, hal ini menunjukkan bahwa mayoritas perusahaan Indeks Kompas 100 tahun 2018-2021 belum cukup efisien menggunakan aset dalam memperoleh laba. *Media exposure* yang diukur dengan menggunakan *variabel dummy* selama tahun 2018-2021. Menurut observasi penelitian terdapat 96.85% observasi yang memiliki nilai 1, hal ini menunjukkan bahwa mayoritas perusahaan Indeks Kompas 100 tahun 2018-2021 sudah mengungkapkan aktivitas *corporate social responsibility* pada *website* resmi perusahaan. Berdasarkan nilai koefisien determinasi, variabel bebas yang terdiri dari *slack resources*, profitabilitas, dan *media exposure* mampu menjelaskan variabel terikat yaitu pengungkapan *corporate social responsibility* sebesar 72.33%. *Slack resources* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan Indeks Kompas 100 tahun 2018-2021. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan Indeks Kompas 100 tahun 2018-2021. *Media exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan Indeks Kompas 100 tahun 2018-2021.

#### **Daftar Rujukan**

- [1] Bawai, R., & Kusumadewi, H. (2021). Effect of Corporate Governance, Firm Characteristic, Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) on Firm Value. *Jurnal Economia*, 17(1), 20–33. DOI: <https://doi.org/10.21831/economia.v17i1.32523> .
- [2] Krisnawati, A., Yudoko, G., & Bangun, Y. R. (2015). Modeling An Effective Corporate Social Responsibility In Alignment With Good Corporate Governance Based On Indonesian Legal

- Regulations. *Advanced Science Letters*, 21(6), 2100–2104. DOI: <https://doi.org/10.1166/asl.2015.6224> .
- [3] Octarina, N., Majidah, M., & Muslih, M. (2018). Pengungkapan Corporate Social Responsibility: Ukuran dan Pertumbuhan Perusahaan, Serta Risiko Keuangan. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer*, 10(1), 34–41. DOI: <https://doi.org/10.23969/jrak.v10i1.1060> .
- [4] Winarto, K., & Rachmawati, D. (2020). Determination Disclosure of Corporate Social Responsibility. *ATESTASI: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 3(1), 14–27. DOI: <https://doi.org/10.33096/atestasi.v3i1.387> .
- [5] Hermawan, A., & Gunardi, A. (2019). Motivation for disclosure of corporate social responsibility: Evidence from banking industry in Indonesia. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 6(3), 1297–1306. DOI: [https://doi.org/10.9770/jesi.2019.6.3\(17\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2019.6.3(17)) .
- [6] Cannon, J. N., Ling, Z., Wang, Q., & Watanabe, O. V. (2020). 10-K Disclosure of Corporate Social Responsibility and Firms' Competitive Advantages. *European Accounting Review*, 29(1), 85–113. DOI: <https://doi.org/10.1080/09638180.2019.1670223> .
- [7] Purba, D. M. (2018). The Influence of Good Corporate Governance and Audit Quality Against The Disclosure of Corporate Social Responsibility. *The Accounting Journal of Binaniga*, 1(2). DOI: <https://doi.org/10.33062/ajb.v1i2.28> .
- [8] Wibowo, R. A. (2021). Disclosure of Corporate Social Responsibility and the factors that influence it: Evidence in Indonesia. *Journal of Business and Management Review*, 2(11), 785–810. DOI: <https://doi.org/10.47153/jbmr211.2692021> .
- [9] Einwiller, S. A., & Carroll, C. E. (2020). Negative Disclosures In Corporate Social Responsibility Reporting. *Corporate Communications*, 25(2), 319–337. DOI: <https://doi.org/10.1108/CCJ-05-2019-0054> .
- [10] Yu, W., & Zheng, Y. (2020). The Disclosure of Corporate Social Responsibility Reports and Sales Performance In China. *Accounting and Finance*, 60(2), 1239–1270. DOI: <https://doi.org/10.1111/acfi.12431> .
- [11] Murdifin, I., Pelu, M. F. A., Putra, A. H. P. K., Arumbarkah, A. M., Muslim, & Rahmah, A. (2019). Environmental Disclosure as Corporate Social Responsibility: Evidence From the Biggest Nickel Mining in Indonesia. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 9(1), 115–122. DOI: <https://doi.org/10.32479/ijep.7048> .
- [12] Rusady, W. P., & Prasetyo, A. B. (2019). Effect of Corporate Governance And Disclosure of Corporate Social Responsibility on The Quality of Financial Statements. *InFestasi*, 14(2), 146. DOI: <https://doi.org/10.21107/infestasi.v14i2.4859> .
- [13] Aribi, Z. A., & Gao, S. S. (2011). Narrative Disclosure of Corporate Social Responsibility In Islamic Financial Institutions. *Managerial Auditing Journal*, 27(2), 199–222. DOI: <https://doi.org/10.1108/02686901211189862> .
- [14] Puspita, M., & Utami, W. (2022). The Effect of Disclosure of Corporate Social Responsibility, Earnings Management and Family Ownership on the Cost of Debt. *Journal of Economics, Finance and Accounting Studies*, 4(2), 350–356. DOI: <https://doi.org/10.32996/jefas.2022.4.2.29> .
- [15] Hendi, H., Harsono, B., Sumantri, S., & Sodia, S. (2022). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jesya*, 5(2), 2719–2735. DOI: <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.881> .
- [16] Cahyaningsih, C., & Septyaweni, A. (2022). Corporate Social Responsibility Disclosure Before and During The Covid-19 pandemic. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 11–22. DOI: <https://doi.org/10.20885/jaai.vol26.iss1.art2> .
- [17] Herlina, L. (2021). Corporate Social Responsibility Disclosure on Tax Avoidance. *JASA (Jurnal Akuntansi, Audit Dan Sistem Informasi Akuntansi)*, 5(1), 98–103. DOI: <https://doi.org/10.36555/jasa.v5i1.1512> .
- [18] Mahmud, A., Ding, D., & Md Morshadul Hasan. (2019). Disclosure of Corporate Social Responsibility Practices. *Journal of Accounting and Finance in Emerging Economies*, 5(2), 295–312. DOI: <https://doi.org/10.26710/jafee.v5i2.868> .
- [19] Worokinashih, S., & Zaini, M. L. Z. B. M. (2020). The Mediating Role of Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure on Good Corporate Governance (GCG) and Firm Value. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 14(1 Special Issue), 88–96. DOI: <https://doi.org/10.14453/aabfj.v14i1.9> .
- [20] Sanchez, R. G., Bolívar, M. P. R., & Hernandez, A. M. L. (2021). Which are The Main Factors Influencing Corporate Social Responsibility Information Disclosures On Universities' Websites. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(2), 1–23. DOI: <https://doi.org/10.3390/ijerph18020524> .
- [21] Gallego-Álvarez, I., & Quina-Custodio, I. A. (2016). Disclosure of Corporate Social Responsibility Information And Explanatory Factors. *Online Information Review*, 40(2), 218–238. DOI: <https://doi.org/10.1108/OIR-04-2015-0116> .
- [22] Tria Ulfa, Darwanis, & Fazli Syam BZ. (2022). Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147-4478), 11(5), 324–334. DOI: <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i5.1831> .