

Determinants of Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure in Mining Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX)

Febrianty Anastasia Malau¹ Yunita Fitria²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia

²yunita.fitria@feb.unmul.ac.id

INFO ARTIKEL

Histori Artikel :

Tgl. Masuk : 21-01-2026

Tgl. Diterima : 08-06-2026

Tersedia Online : 30-06-2026

Keywords:

Corporate Social Responsibility Disclosure, Gender Diversity, Media Exposure, Mining Companies, Slack Resources

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of slack resources, gender diversity, and media exposure on social responsibility disclosure in mining companies listed on the IDX. The sampling procedure employed the purposive sampling technique, resulting in a total sample of 20 companies that met the specified criteria. Hypothesis testing was subsequently performed using multiple linear regression analysis.

The results indicate that slack resources and gender diversity both have a positive and statistically significant effect on CSR disclosure. This implies that companies with greater resources and more gender diversity boards of directors tend to be more transparent in their social responsibilities. However, the study found that media exposure does not exert a significant influence on the level of CSR disclosure. This indicates that companies' decisions to disclose CSR information are not primarily influenced by media pressure or public scrutiny.

PENDAHULUAN

Pada dasarnya setiap individu, kelompok, dan organisasi memiliki tanggung jawab sosial terhadap lingkungan mereka. Seseorang atau organisasi memiliki tanggung jawab sosial jika mereka memiliki etika dan kemampuan untuk bertindak baik di lingkungan sosial mereka, hidup berdasarkan aturan, nilai, dan kebutuhan masyarakat. Tidak terkecuali bagi perusahaan, secara ekonomi perusahaan berorientasi mendapatkan keuntungan (profit), sementara dari aspek sosial perusahaan harus memberikan kontribusi secara langsung kepada masyarakat yaitu meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat (people) dan lingkungan sekitarnya (planet) (Nurbaiti & Bambang, 2017).

Stakeholder perlu mengetahui informasi tentang masalah eksternalitas dan kinerja CSR yang sebenarnya, karena informasi ini sangat penting untuk menilai prospek dan risiko suatu perusahaan. Perusahaan yang mampu mengungkapkan informasi CSR dengan baik akan menerima tanggapan dan respon yang positif, yang akan meningkatkan kepercayaan dari berbagai pihak terhadap bisnis mereka. Karena ketika perusahaan mendapatkan perhatian yang baik dari berbagai pihak, dapat meningkatkan hubungan dengan stakeholder, meningkatkan reputasi baik perusahaan, dan berperan aktif dalam pembangunan berkelanjutan. Perusahaan perlu menerapkan pengungkapan informasi CSR agar aktivitas perusahaan dapat berjalan dengan selaras dan dapat

berlangsungnya keberlanjutan perusahaan (Kustina & Hasanah, 2020).

Informasi dalam laporan CSR harus memenuhi kebutuhan pembaca, yaitu para stakeholder agar komunikasi antara perusahaan dan stakeholder berjalan dengan efektif dan efisien. Dalam penelitian ini, penulis ingin mengetahui pengaruh beberapa faktor yang tercantum dalam CSR terhadap pengungkapan CSR. Faktor pertama adalah *slack resources*, yang didefinisikan sebagai sumber daya berlebih yang dapat digunakan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan kondisi tekanan internal dan eksternal (Bourgeois III, 1981).

Sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan, seperti sumber daya manusia, finansial, dan inovasi, merupakan aset esensial yang dialokasikan untuk menjalankan seluruh aktivitas operasional guna mencapai tujuan strategis perusahaan. Dalam konteks ini, *slack resources* didefinisikan sebagai kelonggaran atau kelebihan sumber daya yang tersisa setelah dikurangi dari kebutuhan operasional yang diperlukan (Sugiarti, 2020). Diharapkan bahwa potensi *slack resources* yang dimiliki oleh perusahaan yang memiliki profitabilitas baik dapat dimanfaatkan secara optimal. Pemanfaatan ini bertujuan untuk membiayai pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang lebih komprehensif dan berkualitas, yang pada akhirnya akan mendukung tercapainya pembangunan ekonomi perusahaan secara berkelanjutan.

Faktor selanjutnya yang diyakini memengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah gender diversity (keberagaman gender), yang secara spesifik mengamati peran anggota dewan komisaris dan direksi

wanita. Keberagaman gender dianggap sebagai elemen kunci keberhasilan dewan dan memegang peranan penting dalam mendorong kesetaraan serta pertumbuhan ekonomi (Al-Baab & Yunia, 2017). Kehadiran wanita dalam jajaran dewan merupakan dimensi diversitas yang paling sering diteliti. Sejalan dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya pendidikan, wanita modern saat ini semakin mampu bekerja secara profesional dan menempati posisi strategis di berbagai entitas bisnis.

Di samping itu, wanita diyakini memiliki kontribusi penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan. (Hadya & Susanto, 2018) berpendapat bahwa wanita cenderung bekerja dengan sangat berhati-hati, meskipun terkadang pengambilan keputusan mereka lebih didorong oleh pertimbangan emosional daripada logika murni. Oleh karena itu, kehadiran perwakilan wanita dalam dewan komisaris maupun direksi diharapkan dapat mendorong peningkatan kualitas dan kuantitas pengungkapan CSR. Hal ini didasarkan pada keyakinan bahwa anggota dewan wanita akan lebih efektif dalam menunaikan tanggung jawab perusahaan terhadap para stakeholder, sehingga aktivitas sosial perusahaan terpublikasi dengan lebih baik.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga dapat dipengaruhi oleh media exposure, mengingat publikasi media merupakan salah satu saluran utama pengungkapan. Media exposure didefinisikan sebagai ekspresi pencapaian perusahaan yang berkaitan dengan aktivitas CSR, yang disampaikan melalui berbagai platform media yang dimiliki perusahaan (Muliawati & Hariyati, 2021). Peran media massa sangat krusial dalam lingkungan bisnis, terutama dalam upaya membentuk

reputasi positif terhadap aktivitas korporat. Publikasi ini dapat dilakukan melalui beragam saluran, termasuk media sosial, televisi, surat kabar, dan media internet melalui situs web resmi perusahaan (Septianingsih & Muslih, 2019).

Pemberitaan media, baik yang berupa kabar baik (prestasi) maupun kabar buruk (kontroversi) mengenai informasi CSR perusahaan, berfungsi sebagai pendorong kuat bagi manajemen. Tekanan publik dan stakeholder yang timbul akibat pemberitaan ini akan mendorong perusahaan untuk meningkatkan transparansi dengan melakukan pengungkapan CSR secara lebih komprehensif dan detail dalam laporan tahunan mereka (Purnomo, 2022). Oleh karena itu, media exposure dijadikan sebagai salah satu faktor penting yang dipertimbangkan memiliki dampak terhadap kebijakan pengungkapan sosial perusahaan.

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berkontribusi pada stabilitas dan daya saing perusahaan. Perusahaan yang aktif dalam CSR cenderung memiliki kemampuan bertahan yang lebih baik dalam persaingan, bahkan dapat meningkatkan kinerja secara keseluruhan, yang pada gilirannya akan menyejahterakan para pemangku kepentingan (stakeholder). Berdasarkan alasan ini, Teori Stakeholder diadopsi sebagai grand theory dalam penelitian ini.

Teori Stakeholder menekankan bahwa tujuan perusahaan melampaui sekadar pencapaian keuntungan finansial; perusahaan juga mengemban tanggung jawab untuk memberikan manfaat kepada seluruh pihak yang berkepentingan (stakeholder). Pembangunan relasi yang positif dan berkelanjutan dengan para stakeholder tersebut merupakan hal krusial, dan hal

ini dapat diwujudkan secara efektif melalui mekanisme pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

Penelitian ini mengambil objek perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2019 hingga 2022. Sektor pertambangan dipilih karena sangat penting bagi ekonomi negara, meskipun kegiatan utamanya—menggali sumber daya alam—sangat mungkin merusak lingkungan dan kehidupan sosial jika perusahaan tidak peduli. Karena kondisi ini, Corporate Social Responsibility (CSR) harus direncanakan dengan baik dan dijalankan secara serius oleh perusahaan. CSR yang dilakukan dengan baik di industri ini memiliki tujuan ganda: memenuhi aturan dari pemerintah maupun dunia internasional, dan juga menjadi sumbangan nyata dari perusahaan pertambangan untuk membantu mencapai pembangunan yang berkelanjutan. Melalui CSR yang baik, perusahaan bisa tetap untung, masyarakat sekitar bisa lebih sejahtera, dan lingkungan alam pun akan terjaga.

KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Pemangku Kepentingan (*Stakeholder Theory*)

Setiap pihak, baik di dalam maupun di luar entitas bisnis, yang berpotensi memengaruhi kegiatan perusahaan atau terkena imbas dari keputusan perusahaan (secara langsung atau tidak langsung), digolongkan sebagai stakeholder (Soerono et al., 2019). Stakeholder perusahaan meliputi pemegang saham, kreditur, pegawai, pelanggan, pemasok, organisasi masyarakat, serta pemerintah. Teori stakeholder yang dikemukakan oleh (Freeman, 1994) merupakan teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukan

merupakan kesatuan usaha yang beroperasi hanya untuk kepentingan sendiri, tetapi juga diharuskan memberikan manfaat kepada para stakeholder.

Dalam teori stakeholder, prinsip utamanya adalah bahwa hubungan korporasi yang kuat memiliki kualitas bisnis yang lebih tinggi, sedangkan hubungan yang kurang kuat memiliki kualitas bisnis yang lebih rendah. Hubungan yang kuat dengan para pemangku kepentingan dilandasi dengan kepercayaan, hormat, dan kerja sama. Tujuan utama dari teori ini adalah untuk membantu perusahaan dalam menjaga hubungan dengan stakeholder-nya dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan stakeholder-nya. Kebutuhan tersebut dapat berupa pengungkapan informasi perusahaan dalam hal ini adalah pengungkapan CSR perusahaan (Purnomo, 2022). CSR sebagai cara untuk membuktikan bahwa perusahaan kredibel dan bertanggung jawab terhadap para stakeholder internal dan eksternal.

Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility atau CSR, berasal dari bahasa Inggris dan terdiri dari tiga kata: corporate yang berarti perusahaan, social yang berarti sosial atau masyarakat, dan responsibility yang berarti tanggung jawab. Oleh karena itu, kesediaan atau kemampuan sebuah perusahaan untuk menjalankan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat yang berada di sekitar wilayah operasionalnya atau di sekitar wilayah tempat perusahaan berada (Zilvana Zetta et al., 2021). Berbagai definisi CSR telah diberikan oleh banyak ahli dan lembaga yang berhubungan dengan sustainability development. Ada banyak definisi yang diungkapkan untuk CSR, menyebabkan definisi dari CSR sendiri menjadi sangat luas dan beragam.

Menurut (*World Business Council for Sustainability Development*, 2009) pengungkapan CSR adalah komitmen berkesinambungan dari kalangan bisnis

untuk berperilaku etis (*behavioural ethics*) dan memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi yang berkelanjutan (*sustainable economic development*), serta meningkatkan kualitas masyarakat yang mencakup kehidupan karyawan, pelanggan, komunitas lokal dan lingkungan sekitar sehingga perusahaan dituntut untuk menyesuaikan bisnis dengan melihat tingkat ekonomi (*profit*), keadaan sosial (*people*) dan kondisi lingkungan (*planet*).

Konsep pelaporan CSR di Indonesia merujuk pada standar yang diungkapkan dalam Global Reporting Initiative (GRI). Standar GRI adalah pedoman umum yang menyajikan prinsip-prinsip pelaporan, pengungkapan yang standar, serta panduan penerapan untuk membuat laporan keberlanjutan yang dapat digunakan oleh organisasi apapun sektor atau lokasinya. Pada tahun 2021, GRI memiliki versi terbaru, yaitu GRI Standar. GRI memberikan prinsip-prinsip untuk mendefinisikan isi laporan dan memastikan bahwa informasi yang digunakan dalam pelaporan keberlanjutan perusahaan berkualitas (Eko Ganis Sukoharsono, 2021).

Slack Resources

Slack resources adalah kelebihan sumber daya (*resources*) melampaui tingkat sumber daya yang dibutuhkan perusahaan untuk aktivitas operasional (Tasya & Cheisviyanny, 2019). Selain siklus hidup, sumber daya perusahaan juga dapat memengaruhi kegiatan CSR. Sebuah perusahaan pasti akan mengeluarkan biaya untuk melakukan tanggung jawab sosial, seperti membeli peralatan, menyediakan program kesehatan, dan keselamatan, serta biaya untuk hal-hal lain seperti komunikasi, audit, dan pengumpulan data. Sebuah perusahaan harus memiliki sumber daya yang cukup untuk mendukung kegiatan CSR (Sugiarti, 2020). Slack resources yang memadai dalam suatu perusahaan sangat penting untuk pengungkapan CSR karena pelaksanaan CSR membutuhkan sumber daya yang memadai. Perusahaan

harus mengalokasikan dana dan sumber daya tertentu untuk melakukan berbagai aktivitas CSR agar dapat dilakukan dengan baik dan benar. Setelah semuanya selesai, perusahaan akan memiliki data dan informasi yang cukup untuk menyajikan laporan CSR. Melalui laporan keberlanjutan, hal ini dapat membantu meningkatkan kualitas pengungkapan hasil aktivitasnya, karena slack resources dapat diinvestasikan kembali ke komunitas atau lingkungan sekitar perusahaan melalui program CSR (Islami, 2019).

Pandangan resources theory, menyatakan bahwa perusahaan dengan slack resources yang tinggi akan lebih intens dalam melakukan kegiatan CSR. Semakin banyak slack resources, maka semakin banyak pilihan yang tersedia bagi perusahaan untuk memutuskan apa yang harus mereka lakukan, termasuk melaksanakan kegiatan program CSR. Hal ini termasuk salah satu cara bagi perusahaan untuk membangun hubungan yang baik dengan para stakeholder karena pengungkapan CSR memberikan jaminan kepada stakeholder bahwa semua sumber daya yang dimiliki perusahaan telah digunakan dengan benar dan sesuai dengan standar yang ada, sehingga stakeholder tidak lagi mengkhawatirkan masalah keberlanjutan perusahaan yang akan datang (Anggraeni & Djakman, 2017).

Dalam penelitian yang telah dilakukan oleh (Nazar & Istiqomah, 2023) menyatakan bahwa slack resources berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa sumber daya yang lebih banyak dapat digunakan untuk mengalokasikan tanggung jawab sosial untuk aktivitas operasional perusahaan. Dengan kata lain, pengungkapan CSR perusahaan meningkat seiring dengan besarnya jumlah slack resources.

Gender Diversity

Gender adalah gagasan yang menganggap bahwa ada perbedaan antara pria dan wanita dari sudut

pandang non-biologis, seperti perilaku, budaya, dan sosial. Pria mandiri, rasional, pertimbangan penuh, dan kompetitif, sedangkan wanita feminim mengayomi, sensitif, penuh perhatian, dan mengandalkan intuisi (Tasya & Cheisvianny, 2019). Dewan komisaris dan direksi termasuk salah satu stakeholder dalam perusahaan. Stakeholder adalah individu, kelompok, atau organisasi yang memiliki kepentingan dalam pengambilan keputusan dan aktivitas bisnis suatu organisasi. Dewan komisaris dan direksi memiliki kepentingan dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan perusahaan, termasuk dalam membentuk strategi perusahaan dan mengawasi pengelolaan perusahaan.

Keberagaman gender dalam jajaran dewan suatu perusahaan dapat memengaruhi pengungkapan CSR karena adanya pemikiran beragam yang dapat meningkatkan inovasi dan kreativitas dengan berbagai ide dan perspektif. Sehingga membuat pengungkapan CSR perusahaan lebih baik dan berkualitas. Wanita cenderung menganalisis masalah-masalah sebelum membuat suatu keputusan dan mengolah keputusan yang telah dibuat, sehingga menghasilkan pertimbangan masalah serta alternatif penyelesaian yang lebih seksama. Karena dewan komisaris dan direksi perusahaan terdiri dari pria dan wanita, keberagaman gender dapat menyebabkan perbedaan pendapat, karakteristik, dan pengetahuan yang dapat digunakan untuk membuat keputusan, termasuk keputusan tentang pengungkapan CSR perusahaan.

Diversity gender dalam jajaran dewan perusahaan dengan anggota wanita di dalamnya memiliki pengaruh untuk mempertimbangan keputusan dalam pengungkapan CSR, sesuai dengan analogi yang dilakukan penelitian terdahulu oleh (Parwati & Dewi, 2021) memperoleh hasil yang sama yaitu keberagaman gender (gender diversity) berpengaruh positif terhadap kewajiban perusahaan dalam pengungkapan CSR.

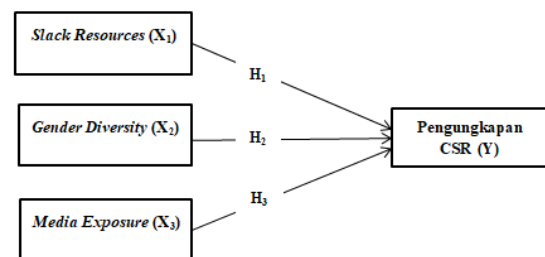
Media Exposure

Laporan CSR berguna sebagai salah satu cara untuk berkomunikasi dengan stakeholder (Anggraeni & Djakman, 2017). Media menjadi alat publikasi dan sosialisasi yang digunakan oleh perusahaan untuk membangun kepercayaan publik tentang aktivitas sosial yang dijalankan perusahaan. Dengan kata lain, media dapat memengaruhi opini publik secara positif atau negatif berdasarkan apa yang perusahaan sampaikan (Sarra & Alamsyah, 2021). Pengungkapan oleh media mengenai masalah lingkungan dan sosial yang ditimbulkan oleh aktivitas perusahaan memberikan tekanan kepada perusahaan untuk lebih berhati-hati dan peduli terhadap masalah lingkungan dan sosial serta meminimalkan konflik terkait masalah tersebut. Perusahaan akan melakukan kegiatan tanggung jawab sosial (CSR) dan pengungkapan lebih luas demi keberlanjutan perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan stakeholder terhadap perusahaan (Widiastuti et al., 2018).

Meningkatkan kepedulian sosial dan lingkungan perusahaan adalah salah satu cara untuk mendapatkan citra yang baik dari masyarakat. Hal ini terkait dengan teori stakeholder, yang berpendapat bahwa stakeholder menentukan keberlanjutan suatu perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus mempertahankan hubungannya dengan stakeholder. Pemberitaan di media juga akan mendorong bisnis untuk mengungkapkan lebih banyak kegiatannya, salah satunya adalah CSR, dengan tujuan mencegah konflik karena masalah sosial dan lingkungan.

Media dapat menggambarkan susunan nilai dan riwayat pelaporan, menunjukkan bagaimana media dapat memengaruhi keberlangsungan kondisi perusahaan. Semakin banyak informasi yang dipublikasikan di media terkait perusahaan, semakin rinci informasi yang diberikan kepada pihak berwenang tentang kegiatan CSR (Muliawati &

Hariyati, 2021). Menurut teori stakeholder, perusahaan harus mementingkan kebutuhan investor dan stakeholder daripada dirinya sendiri. Karena media merupakan sumber informasi yang dapat dipercaya dan banyak digunakan oleh masyarakat, perusahaan harus mengungkapkan tanggung jawab sosialnya secara menyeluruh agar dapat dipercaya oleh masyarakat dan mendapatkan simpati dari masyarakat. Dengan demikian, pengungkapan CSR di media merupakan pencapaian terkait perolehan yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan informasi yang ingin diketahui oleh stakeholder (Tiono et al., 2022). Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Muliawati & Hariyati, 2021) menunjukkan bahwa, media exposure berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian

H1: *Slack Resources* berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR

H2: *Gender Diversity* berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR

H3: *Media Exposure* berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2022. Pemilihan BEI sebagai lokasi populasi didasarkan pada kewajiban perusahaan-perusahaan tersebut untuk mempublikasikan laporan keuangan tahunan dan laporan

keberlanjutan (sustainability report) kepada stakeholder, yang mencerminkan kinerja mereka terhadap lingkungan. Total perusahaan pertambangan yang terdaftar pada periode tersebut awalnya berjumlah 74 perusahaan.

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel nonprobability sampling dengan metode purposive sampling. Metode ini dipilih untuk memastikan sampel yang diambil memenuhi kriteria spesifik yang dibutuhkan oleh penelitian. Setelah dilakukan seleksi ketat berdasarkan kriteria yang ditetapkan, jumlah perusahaan yang memenuhi syarat adalah 20 perusahaan. Mengingat data diambil selama empat tahun berturut-turut (2019-2022), maka jumlah total data observasi (sampel) yang digunakan dalam penelitian ini adalah 80 data.

No	Kriteria	Jumlah
1.	Perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode tahun 2019-2022.	74
2.	Perusahaan pertambangan yang secara tidak konsisten menerbitkan laporan tahunan (<i>annual report</i>) yang sudah diaudit selama periode 2019-2022 di website BEI (www.idx.co.id) atau website Perusahaan	(12)
3.	Perusahaan pertambangan yang secara tidak konsisten menerbitkan laporan keberlanjutan (<i>sustainability report</i>) selama periode 2019-2022 di website BEI (www.idx.co.id) atau website perusahaan	(42)
4.	Jumlah sampel perusahaan	20
5.	Jumlah tahun penelitian	4
6.	Jumlah data amatan	80

Gambar 2.1 Kriteria Sampel Penelitian

Jenis, Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif, yaitu data berupa angka atau data kualitatif yang telah dikonversi menjadi skoring. Sumber utama data adalah data sekunder yang bersumber dari laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keberlanjutan (*sustainability report*) perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019 hingga 2022. Data sekunder ini diperoleh dari website resmi BEI (<https://www.idx.co.id/>) dan website masing-masing perusahaan.

Metode pengumpulan data yang diterapkan terdiri dari dua cara: Studi

Pustaka, yaitu menelaah artikel dan jurnal yang relevan; dan Metode Dokumentasi, yaitu dengan mengkaji dan mempelajari langsung data-data sekunder yang telah dipublikasikan dalam laporan-laporan perusahaan tersebut.

Pengukuran Variabel

Pada penelitian ini dan satu variabel terikat (*dependent*) dan tiga variabel bebas (*independent*).

1. Pengungkapan CSR (Variabel Dependent)

CSR diukur menggunakan rasio pengungkapan CSR dengan tabel checklist yang mengacu pada Global Reporting Initiative (GRI) Standard 2016 sebanyak 142 item (Eko Ganis Sukoharsono, 2021). Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini untuk menghitung besarnya indeks pengungkapan CSR yaitu dengan menggunakan variabel dummmy, yang perhitungannya dilakukan dengan memberi angka 1 untuk item yang diungkapkan oleh perusahaan dan memberikan angka 0.

$$CSR D_i = \frac{\sum X_{yi}}{n - r}$$

2. Slack Resources

Proksi yang paling tepat untuk slack resources adalah menggunakan high-discretion slack yang diukur dengan nilai kas dan setara kas sebagai proksi hadirnya slack resources, karena kas dan setara kas merupakan aset yang mudah diukur dan nilainya relatif stabil. Sehingga membuat kas dan setara kas menjadi proksi yang baik untuk menilai kesehatan keuangan perusahaan, dengan mengubah nilai kas dan setara kas perusahaan menjadi logaritma natural kas dan setara kas agar

data bebas dari data outlier (Anggraeni & Djakman, 2017).

Slack Resources = Ln Kas dan setara

3. Gender Diversity

Keberadaan wanita dalam jajaran dewan komisaris dan direksi dinilai dengan menggunakan rasio anggota dewan komisaris dan direksi wanita terhadap jumlah seluruh anggota dewan komisaris dan direksi (Parwati & Dewi, 2021).

$$GDR_{DEW} = \frac{\sum W_{DEW}}{\sum D_{DEW}}$$

Keterangan:

GDR_{DEW} = Keberagaman dewan komisaris dan direksi

W_{DEW} = Jumlah wanita pada dewan komisaris dan direksi perusahaan

$\sum D_{DEW}$ = Total seluruh anggota dewan komisaris dan direksi perusahaan

4. Pengukuran yang dilakukan untuk media exposure ini melibatkan dua sumber utama, yaitu pengungkapan mandiri di website resmi perusahaan yang berdasarkan ada atau tidaknya halaman khusus berita yang memuat secara spesifik terkait kegiatan CSR perusahaan. Kedua, menggunakan liputan berita dari portal media online Tribunnews dengan memanfaatkan fasilitas pencarian yang tersedia di halaman portal web tersebut. Sebuah pencarian dilakukan untuk setiap perusahaan, menggunakan nama perusahaan sebagai kata kunci. Hasil pencarian yang diambil hanya berita yang berhubungan dengan isu CSR, lingkungan, sosial, atau tata kelola perusahaan, bukan hanya sekadar berita harga saham atau kinerja keuangan biasa.

Pengungkapan mandiri website perusahaan mencerminkan upaya proaktif

perusahaan untuk membangun citra perusahaan. Portal media liputan Tribunnews mencerminkan sorotan eksternal (positif atau negatif) dari masyarakat dan media, yang merupakan sumber tekanan utama bagi perusahaan untuk mengungkapkan CSR. dengan variabel dummy, yaitu memberikan nilai 1 untuk perusahaan yang mengungkapkan kegiatan CSR di website resmi perusahaan dan berita tentang perusahaan itu di Liputan Tribunnews. Memberikan nilai 0 untuk perusahaan yang tidak mengungkapkan kegiatan CSR di website resmi perusahaan dan tidak ada berita tentang perusahaan tersebut (Sarra & Alamsyah, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Hasil analisis uji statistik deskriptif dari 80 sampel data Perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI pada tahun 2019-2022 untuk variabel dependent Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Y), variabel independent Slack Resources (X1), Gender Diversity (X2), Media Exposure (X3) dalam penelitian ini menunjukkan hasil sebagai berikut::

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	80	11.56	22.13	18.1899	2.15510
X2	80	.00	.50	.1119	.10384
X3	80	.00	1.00	.5125	.50300
Y	80	.21	.91	.5934	.17458
Valid N (listwise)	80				

Sumber : Data diolah peneliti (Output SPSS)

1. Corporate Social Responsibility sebagai variable dependent (Y) nilai minimum sebesar 0.21, nilai maksimum sebesar 0.91, nilai rata-rata (mean) dari tahun 2019-2022 sebesar 0.5934 dan nilai standar deviasi sebesar 0.17458.

2. Slack Resources sebagai variable independent (X1) memiliki nilai minimum

sebesar 11.56, nilai maksimum sebesar 22.13, nilai rata-rata (mean) dari tahun 2019-2022 sebesar 18.1899 dan nilai standar deviasi sebesar 2.15510.

3. Gender Diversity sebagai variable independent (X2) nilai minimum sebesar .00, nilai maksimum sebesar 1.00, nilai rata-rata (mean) dari tahun 2019-2022 sebesar 0.5125 dan nilai standar deviasi sebesar 0.10384.

4. Media Exposure sebagai variable independent (X3) nilai minimum sebesar .00, nilai maksimum sebesar 0.50, nilai rata-rata (mean) dari tahun 2019-2022 sebesar 0.1119 dan nilai standar deviasi sebesar 0.50300.

Uji Normalitas, Multikolinearitas, dan Autokorelasi

Hasil pengujian asumsi klasik yang dilakukan menunjukkan bahwa model regresi telah memenuhi kriteria model yang baik, yaitu:

1. Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov): Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0.200, di mana nilai ini lebih besar dari 0.05. Dengan demikian, model regresi dinyatakan terdistribusi normal.
2. Uji Multikolinearitas: Nilai Tolerance semua variabel independen berada di atas 0.1 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) berada di bawah 10 (contoh $X_1=1.273$ dan $X_2=1.034$), sehingga model regresi dinyatakan bebas dari masalah multikolinearitas.
3. Uji Autokorelasi (Durbin-Watson): Nilai Durbin-Watson (DW) adalah 1.857. Nilai ini berada dalam batas dU (1.714) hingga 4-dU, yang menunjukkan tidak adanya masalah autokorelasi dalam model regresi.

Uji Kelayakan Model (Uji F)

Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini (Slack Resources,

Gender Diversity, dan Media Exposure) secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Pengungkapan CSR). Nilai F-hitung sebesar 25.784 dengan nilai signifikansi $F < 0.05$ (nilai spesifik tidak tersedia, namun F-hitung yang tinggi mengindikasikan signifikansi) membuktikan bahwa model regresi ini layak dan dapat digunakan untuk menguji hipotesis penelitian.

Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji t untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

Hubungan Variabel	t	Sig.	t tabel	Keterangan
Slack resources (X ₁) → Pengungkapan CSR	4.436	0.000	1,992	Signifikan
Gender Diversity (X ₂) → Pengungkapan CSR	5.087	0.000	1,992	Signifikan
Media Exposure (X ₃) → Pengungkapan CSR	1.947	0.055	1,992	Tidak Signifikan

Sumber : Data diolah peneliti (Output SPSS)

Pengaruh Slack Resources terhadap Pengungkapan CSR (H1)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Slack Resources (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR (Y). Temuan ini mendukung Teori Stakeholder, yang menyatakan bahwa ketersediaan sumber daya perusahaan yang tidak terpakai (cadangan) memberikan fleksibilitas manajerial dan kapasitas finansial yang cukup bagi perusahaan untuk berinvestasi dalam kegiatan Corporate Social Responsibility dan pengungkapannya. Semakin besar cadangan sumber daya yang dimiliki, semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk memenuhi tuntutan stakeholder terkait tanggung jawab sosial.

Pengaruh Gender Diversity terhadap Pengungkapan CSR (H2)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gender Diversity (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap

Pengungkapan CSR (Y). Keberagaman gender, khususnya adanya direksi atau komisaris wanita, cenderung meningkatkan sensitivitas dewan terhadap masalah etika dan sosial. Direksi wanita sering kali lebih berhati-hati dalam pengambilan keputusan dan memiliki perspektif yang lebih luas mengenai tanggung jawab perusahaan, yang pada akhirnya mendorong perusahaan untuk lebih transparan dan komprehensif dalam pengungkapan CSR.

Pengaruh Media Exposure terhadap Pengungkapan CSR (H3)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Media Exposure (X3) memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap Pengungkapan CSR (Y). Temuan ini mengindikasikan bahwa jumlah liputan atau frekuensi pemberitaan media, baik yang positif maupun negatif, tidak menjadi faktor pendorong utama bagi perusahaan pertambangan untuk meningkatkan tingkat pengungkapan CSR mereka dalam laporan resmi. Perusahaan pertambangan mungkin lebih termotivasi untuk mengungkap CSR karena tekanan regulasi atau tuntutan langsung dari stakeholder inti, dibandingkan hanya karena liputan media. Hasil ini menunjukkan bahwa, meskipun media penting, media mungkin bukan determinan utama yang secara parsial mempengaruhi keputusan pengungkapan di laporan formal perusahaan.

KESIMPULAN

Secara keseluruhan berdasarkan hasil penelitian, pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada perusahaan pertambangan lebih dipengaruhi oleh faktor internal daripada faktor eksternal. Ketersediaan sumber daya internal (Slack Resources) dan komposisi dewan direksi (Gender Diversity) memiliki pengaruh yang signifikan. Artinya, semakin banyak sumber daya yang dimiliki dan semakin beragam komposisi gender di dewan direksi, perusahaan cenderung lebih

transparan dalam melaporkan tanggung jawab sosialnya.

Sebaliknya, tekanan dari luar seperti perhatian media (media exposure) tidak menjadi faktor pendorong utama yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan perusahaan untuk mengungkapkan informasi CSR-nya tidak didasari oleh tekanan atau sorotan dari media.

IMPLIKASI DAN KETERBATASAN

Penelitian ini memberikan implikasi teoritis yang kuat dengan mengukuhkan teori Stakeholder. Temuan bahwa Slack Resources dan Gender Diversity dewan secara signifikan mendorong Pengungkapan CSR di perusahaan pertambangan membuktikan bahwa ketersediaan sumber daya dan keberagaman etika di dalam tata kelola perusahaan merupakan determinan utama transparansi sosial. Secara praktis, hasil ini menyarankan manajemen untuk mengalokasikan sumber daya cadangan secara strategis ke program CSR dan meningkatkan representasi gender di tingkat dewan guna memperkuat akuntabilitas perusahaan kepada publik dan stakeholder.

Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan, terutama pada fokus tunggal di sektor pertambangan yang membuat hasilnya sulit digeneralisasi ke sektor lain. Keterbatasan lainnya adalah periode pengamatan yang relatif singkat (2019-2022) dan penggunaan pengukuran variabel Media Exposure yang masih sederhana (variabel dummy), yang mungkin tidak menangkap kompleksitas pengaruh media. Oleh karena itu, penelitian di masa depan disarankan untuk memperluas sektor dan periode observasi, serta mengembangkan pengukuran yang lebih sensitif, misalnya dengan menganalisis tone berita atau memasukkan variabel lain seperti green accounting atau profitabilitas untuk memperkaya model.

REFERENCES

- Al-Baab, M. M., & Yunia, D. (2017). Pengaruh Management Tenure, Executive Gender Diversity dan Institutional Ownership Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure (CSRD) (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *CSRD Simposium Nasional Akuntansi XX*, 1–24.
- Anggraeni, D. Y., & Djakman, C. D. (2017). Slack Resources, Feminisme Dewan, Dan Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 14(1), 94–118. <https://doi.org/10.21002/jaki.2017.06>
- Bourgeois III, L. J. (1981). On the measurement of organizational slack. *Academy of Management Review*, 6(1), 29–39.
- Eko Ganis Sukoharsono, W. A. (2021). *Akuntansi Keberlanjutan (I)*. UB Press.
- Freeman, R. E. (1994). The Politics of Stakeholder Theory: Some Future Directions, 4 Bus. *Ethics Q*, 409, 413.
- 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. <https://doi.org/10.22216/jbe.v3i2.3432>
- Islami, Q. N. (2019). *Pengaruh Slack Resources, Gender dan Struktur Kepemilikan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2019)*. 1(1), 2019.
- Kustina, K. T., & Hasanah, T. A. (2020). Social Responsibility Di Perusahaan Manufaktur Yang. *Krisna*, 12(1), 190–196.
- Muliawati, A. R., & Hariyati, H. (2021). Pengaruh Koneksi Politik Dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 11(1), 72–81. <https://doi.org/10.37859/jae.v11i1.2509>
- Nazar, M. R., & Istiqomah, N. H. (2023). Pengaruh Slack Resources, Profitabilitas, dan Media Exposure terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 499–505. <https://doi.org/10.37034/infv5i2.564>
- Nurbaiti, S. R., & Bambang, A. N. (2017). Factors Affecting Community Participation in the Implementation of Corporate Social Responsibility Program. *Proceeding Biology Education Conference*, 14(1), 224–228.
- Parwati, N. K. . Y., & Dewi, L. G. K. (2021). Pengaruh Gender Diversity, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan CSR. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 12(3), 955–967.
- Purnomo, M. M. (2022). Pengaruh Media Exposure, Sensitivitas Industri, Dan Growth Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *Parsimonia - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 27–41. <https://doi.org/10.33479/parsimonia.2021.8.1.27-41>

- Sarra, H. D., & Alamsyah, S. (2021). Pengaruh Kinerja Lingkungan, Citra Perusahaan dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan CSR. *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin (SinaMu)*, 2, 410–417. <https://doi.org/10.31000/sinamu.v2i0.3577>
- 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. <https://doi.org/10.28932/jam.v11i2.1995>
- Soerono, A. N., Tjahjono, M. E. S., & Sutjipto, H. (2019). Pengaruh Media Richness Terhadap User Trust Dan Persepsi Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi : Kajian Ilmiah Akuntansi (JAK)*, 6(1), 20. <https://doi.org/10.30656/jak.v6i1.944>
- Sugiarti, R. (2020). Pengaruh Firm Maturity Dan Slack Resources Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 7(1), 48. <https://doi.org/10.30998/jabe.v7i1.5373>
- Tasya, N. D., & Cheisvianny, C. (2019). Pengaruh Slack Resources Dan Gender Dewan Terhadap Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(3), 1033–1050. <https://doi.org/10.24036/jea.v1i3.126>
- Tiono, V., Wijaya, H., & Merida, P. (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>
- Widiastuti, H., Utami, E. R., & Handoko, R. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Slack Resources Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2015). *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 3(2), 107–117. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v3i2.6745>
- World Business Council for Sustainability Development. (2009). Corporate Social Responsibility: Meeting Changing Expectations. In *World Business Council for Sustainability Development*.
- Zilvana Zetta, Z., Tri Raharjo, S., & Resnawaty, R. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Di Perusahaan. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (JPPM)*, 2(3), 539–549.