

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori *Stakeholder*

Stakeholder merupakan pihak yang memiliki atau mengklaim kepemilikan, hak, atau kepentingan dalam perusahaan dan operasinya (Anggraeni & Djakman, 2017). Pengertian *stakeholder* mengkaji tentang pertimbangan etis dan moral yang harus dilakukan dalam menjalankan bisnis. Penciptaan nilai untuk semua pemangku kepentingan, bukan hanya pemegang saham, merupakan inti dari gagasan ini. Ide ini menyatukan manajemen, etika, dan pemangku kepentingan, tiga elemen yang dapat membantu membawa perubahan yang langgeng. Manajemen menerapkan inisiatif CSR untuk memberi manfaat bagi seluruh pemangku kepentingan guna meningkatkan kinerja perusahaan dan mendapatkan umpan balik yang baik. Karena tindakan perusahaan melibatkan dan dipengaruhi oleh para pemangku kepentingan, perusahaan tidak dapat mengabaikan situasi sosial dan lingkungan dan sebaliknya harus memastikan bahwa upaya CSRnya mengikuti pendekatan dan memenuhi harapan para pemangku kepentingan tersebut. Komunikasi antara manajemen perusahaan dan pemangku kepentingan dapat dicapai melalui pengungkapan CSR (Hahn & Kühnen, 2013).. Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dirancang untuk menyeimbangkan tuntutan persaingan dari banyak kelompok pemangku kepentingan perusahaan dengan kebutuhan bisnis (Anggraeni & Djakman, 2017)

Stakeholder memiliki pengaruh karena mereka dapat membatasi penggunaan sumber daya ekonomi yang langka (modal dan tenaga kerja), menggunakan otoritas atas bisnis, memiliki akses ke outlet media yang kuat, dan mempengaruhi permintaan konsumen untuk barang dagangan perusahaan. Ini menyiratkan bahwa korporasi mungkin memiliki efek langsung atau tidak langsung pada para pemangku kepentingannya. Perusahaan harus dapat mengakomodasi kebutuhan pemangku kepentingannya jika ingin tetap bertahan dalam bisnis (Ghozali & Chariri, 2014).

Teori pemangku kepentingan berpendapat bahwa kelangsungan bisnis sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh pemangku kepentingan (pemegang saham, kreditur, pelanggan, pemasok, pemerintah, komunitas, analis, dan pihak lain) (Sari et al, 2022).. Dalam konteks ini, CSR bertindak sebagai mekanisme penghubung untuk lebih mengembangkan hubungan positif perusahaan dengan para pemangku kepentingan dan menjamin bahwa kepentingan mereka dibagi.

2.2 Corporate Social Responsibility

Pertanggung jawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang(Anggraini, 2006).

Menurut Arji, (2019) Secara umum, CSR didefinisikan sebagai komitmen perusahaan untuk tidak hanya berupaya mencari keuntungan dari roda bisnisnya, tetapi juga menjaga keharmonisan dengan lingkungan sosial di sekitar tempatnya berusaha, melalui upaya-upaya yang mengarah pada peningkatan kehidupan komunitas setempat di segala aspeknya. Perusahaan akan mengungkapkan praktek, sedangkan tanggung jawab sosial agar bentuk kontribusi yang telah dilakukan oleh perusahaan tersebut dapat diketahui oleh berbagai pihak yang berkepentingan. Dengan mengungkapkan informasi mengenai kontribusi perusahaan terhadap lingkungan, maka diharapkan perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat bahwa perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya juga turut memperhatikan dampak yang ditimbulkan terhadap lingkungan sekitar.

Tanggungjawab sosial atau sering disebut sebagai *Corporate Social Responsibility* (selanjutnya disebut CSR) merupakan wacana yang makin umum dalam dunia bisnis di Indonesia. Kesadaran mengenai CSR ini terlihat dari makin banyaknya perusahaan yang mengungkapkan isu CSR dalam laporan keuangan tahunan maupun press release lainnya.

Secara teoretik, CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para *stakeholders* terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan operasinya. Sebuah perusahaan harus menjunjung tinggi

moralitas. Parameter keberhasilan suatu perusahaan dalam sudut pandang CSR adalah mengedepankan prinsip moral dan etis, yakni menggapai suatu hasil terbaik tanpa merugikan kelompok masyarakat lainnya menurut (Trisnawati, 2012).

Program *Corporate Social Responsibility* kini dipandang sebagai investasi dalam pengembangan dan keberlanjutan perusahaan di masa depan, bukan sebagai beban. Selain itu, dedikasi perusahaan terhadap pembangunan berkelanjutan merupakan bagian utama dari program CSR-nya (Rindawati & Asyik, 2015).

Istilah "Tanggung Jawab Sosial Perusahaan" (CSR) mengacu pada gagasan bahwa bisnis memiliki kewajiban untuk meningkatkan komunitas mereka dengan cara yang mendorong pertumbuhan dan kemakmuran jangka panjang (Withisuphakorn & Jiraporn, 2016).

Untuk memastikan keseimbangan yang sehat antara faktor ekonomi, sosial, dan lingkungan, perusahaan telah membuat komitmen terhadap CSR (Prasetya, 2018). Istilah (Prasetya, 2018). (CSR) mengacu pada gagasan bahwa bisnis harus memperhitungkan bagaimana operasi mereka memengaruhi berbagai kelompok di luar organisasi, termasuk konsumen, pekerja, pemegang saham, masyarakat luas, dan lingkungan. Perlakuan bisnis yang etis dan bertanggung jawab terhadap konstituennya merupakan inti dari tanggung jawab sosial perusahaan (Withisuphakorn & Jiraporn, 2016).

CSR mengacu pada kebijakan dan tindakan yang menjadikan korporasi sebagai anggota masyarakat yang bertanggung jawab dengan membantu penyelesaian masalah sosial dan pelestarian lingkungan alam (Anggraeni & Djakman, 2017). CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah praktik menyeimbangkan kebutuhan masyarakat, ekonomi, dan lingkungan dalam kegiatan perusahaan sehari-hari (Gunawan, 2017).

Gagasan tanggung jawab sosial, sering dikenal sebagai tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), berpendapat bahwa bisnis harus mempertimbangkan kepentingan para pemangku kepentingannya, termasuk pelanggan, pekerja,

pemegang saham, dan masyarakat umum, dalam setiap aspek operasi mereka (Abeysekera, 2013).

Penting untuk diperhatikan bahwa ada dua jenis pengungkapan yang berbeda: wajib dan opsional. Jika pemerintah terlibat dan mengamankan jenis pengungkapan tertentu dilakukan oleh bisnis, hasilnya mungkin adalah kebangkrutan bisnis tersebut (Ghozali & Chairi, 2014). Sebaliknya, perusahaan dapat memberikan pengungkapan yang tidak diharuskan oleh peraturan akuntansi jika mereka memilih untuk melakukannya secara sukarela. *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan inisiatif serupa lainnya adalah contoh pengungkapan sukarela yang baik (Suwardjono, 2014). CSR, atau tanggung jawab sosial perusahaan, adalah pendekatan pemecahan masalah yang bertujuan untuk memberi manfaat bagi pemangku kepentingan, masyarakat, dan bisnis.

Menurut Hasan et al, (2021) Tiga prinsip *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang memungkinkan bisnis untuk secara terbuka mendiskusikan peran mereka dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat.:

1. *Transparancy* (Keterbukaan Informasi)
2. *Accountability* (Akuntabilitas)
3. *Independency* (Kemandirian)

Berdasarkan indeks *Global Reporting Initiative (GRI)*, pengungkapan CSR dikelompokkan menjadi beberapa dimensi yaitu dimensi strategi dan analisa, profil organisasi, parameter laporan, pemerintahan, komitmen dan keterlibatan, kinerja ekonomi, lingkungan, praktek tenaga kerja dan pekerjaan yang layak, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab produk. Laporan GRI yang dinyatakan dalam *World Business Council for Sustainable Development* merupakan sebuah standar panduan *sustainability reporting* yang dapat diterapkan dan diterima secara luas (Arji, 2019).

Pendekatan untuk menghitung pengungkapan CSR dilakukan dengan cara tabulasi menggunakan variabel *dummy* yaitu:

Scor 0 : Jika setiap item pengungkapan *corporate social responsibility* dalam

instrumen penelitian tidak diungkapkan.

Scor 1 : Jika setiap item pengungkapan *corporate social responsibility* dalam instrumen penelitian diungkapkan. Selanjutnya skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan scor setiap perusahaan. Rumus perhitungan pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai berikut:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSRI_j : Corporate Social Responsibility indeks perusahaan j tahun i

N_j : Jumlah item untuk perusahaan j, $n_j \leq \dots\dots$

$\sum X_{ij}$: Jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan j untuk tahun i

2.3 Firm Maturity

Firm size yang merupakan pengklasifikasian suatu perusahaan kedalam bentuk perusahaan yang berukuran besar dan perusahaan berukuran kecil. Ukuran perusahaan ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan dan kapitalisasi pasar. Ukuran perusahaan merupakan pengukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan (Riyanto, 2012). Ukuran perusahaan dapat diukur dengan menggunakan total aset, penjualan, dan ekuitas. Menurut (Veronica, 2015) menyatakan bahwa perusahaan kecil memiliki risiko yang lebih besar dibanding dengan perusahaan besar. Aset yang dimiliki perusahaan besar relatif lebih besar jumlahnya sehingga dengan aset tersebut dapat digunakan untuk jaminan membayar obligasi.

Maturity atau umur obligasi adalah tanggal dimana pemegang obligasi akan mendapatkan pembayaran pokok kembali atau nilai nominal obligasi yang dimilikinya. Periode jatuh tempo obligasi bervariasi mulai dari 365 hari sampai dengan diatas 5 tahun. Secara umum, semakin lama jatuh tempo obligasi, semakin besar tingkat ketidakpastian sehingga semakin besar pula risiko maturity (Tandellin, 2011). Menurut (Hariyani, 2010) risiko maturity terdapat pada semua

obligasi, terutama obligasi korporasi dan berkaitan dengan masa jatuh tempo obligasi. Secara umum, semakin lama jatuh tempo obligasi, semakin besar tingkat ketidakpastian sehingga semakin besar pula risiko maturity.

Tahap siklus hidup menggambarkan tahap pengembangan perusahaan dengan karakteristik yang unik untuk setiap tahap dan menunjukkan beberapa perbedaan yang signifikan untuk semua tahap lainnya. Beberapa peneliti mengklasifikasikan siklus hidup perusahaan secara berbeda-beda. Dickinson (2011) mengkategorikan tahap siklus hidup perusahaan berdasarkan arus kas yang dimiliki menjadi lima tahap siklus hidup yaitu *Introduction*, *Growth*, *Maturity*, *Renewal*, dan *Decline*. Tahap *introduction* adalah ketika perusahaan pertama kali memasuki pasar dan terdapat ketidakpastian serta risiko yang tinggi dalam bisnis. Pada tahap ini perusahaan banyak berinvestasi untuk pertumbuhan di masa depan. Tahap *Growth* adalah ketika perusahaan mulai tumbuh dan muncul pesaing. Pada tahap ini perusahaan membutuhkan strategi untuk bertahan dalam persaingan dan mulai melakukan inovasi. Tahap *Maturity* adalah ketika perusahaan menghadapi persaingan ketat, dan penjualan dan ekspansi bisnis mengalami stagnasi. Pada tahap ini perusahaan perlu bersikap lebih diskriminatif untuk keluar dari persaingan. Tahap *Decline* adalah ketika pertumbuhan perusahaan mengalami stagnasi atau penurunan secara terus menerus. Septiana dan Ikhsan (2019) mengungkapkan bahwa maturitas adalah jangka waktu jatuh tempo, jadi maturitas merupakan jangka waktu jatuh tempo pembayaran kembali nilai nominal sebuah perusahaan. Sumber pendanaan untuk membantu menjalankan bisnis dapat berasal dari dana internal maupun eksternal.

2.4 Slack Resources

Slack resources merupakan kelebihan sumber daya yang dimiliki perusahaan yang dapat digunakan perusahaan untuk menghadapi ancaman, memanfaatkan peluang, dan beradaptasi dengan lingkungan internal maupun eksternal. Kelebihan sumber daya tidak hanya memberikan peluang kepada perusahaan untuk berinvestasi dalam kegiatan sosial, tetapi juga dapat memenuhi tuntutan dan harapan para pemangku kepentingan (Vanacker et al., 2017). Slack resources biasanya diklasifikasi menjadi

dua yaitu unabsorbed dan absorbed slack. Unabsorbed slack didefinisikan sebagai sumber daya yang tidak diserap dan dapat dengan mudah digunakan dalam organisasi, misalnya financial slack. Sedangkan absorbed slack merupakan sumber daya yang diserap dan telah ditentukan penggunaannya secara spesifik sehingga sulit untuk digunakan kembali, misalnya kelebihan biaya. Unabsorbed dan absorbed slack memberikan kontribusi yang berbeda terhadap kemungkinan perusahaan mengungkapkan CSR. Perusahaan lebih mudah memindahkan dan menggunakan unabsorbed slack. Unabsorbed slack menyediakan sumber daya yang lebih fleksibel sehingga lebih memungkinkan untuk diinvestasikan termasuk dalam kegiatan CSR. Sedangkan absorbed slack sebaliknya yaitu relative tidak fleksibel sehingga perusahaan lebih sulit untuk menginvestasikan slack ini.

Slack resources merupakan sumber daya yang dimiliki perusahaan melebihi apa yang dibutuhkan untuk mengatasi risiko, memanfaatkan peluang, dan menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan internal dan (Artiach et al., 2010). Keputusan korporasi untuk melakukan inisiatif CSR sebagian besar didorong oleh ketersediaan modal cadangan (Cormier et al., 2011).

Slack resources didefinisikan untuk fleksibilitas tambahan yang diberikan bisnis dalam menghadapi tekanan internal dan eksternal yang bergeser (Anggraeni & Djakman, 2017). Perusahaan lebih cenderung terlibat dalam perilaku yang bertanggung jawab secara sosial pada saat kinerja keuangan yang buruk, karena kendurnya sumber daya merupakan faktor kunci dari pengeluaran CSR (Hasan & Habib, 2017).

Slack resources biasanya diklasifikasi menjadi dua yaitu *unabsorbed* dan *absorbed slack*. *Unabsorbed slack* didefinisikan sebagai sumber daya yang tidak diserap dan dapat dengan mudah digunakan dalam organisasi, misalnya financial slack. Sedangkan *absorbed slack* merupakan sumber daya yang diserap dan telah ditentukan penggunaannya secara spesifik sehingga sulit untuk digunakan kembali, misalnya kelebihan biaya. *Unabsorbed* dan *absorbed slack* memberikan kontribusi yang berbeda terhadap kemungkinan perusahaan mengungkapkan CSR. Perusahaan lebih mudah memindahkan dan menggunakan *unabsorbed slack*.

Unabsorbed slack menyediakan sumber daya yang lebih fleksibel sehingga lebih memungkinkan untuk diinvestasikan termasuk dalam kegiatan CSR. Sedangkan *absorbed slack* sebaliknya yaitu relative tidak fleksibel sehingga perusahaan lebih sulit untuk menginvestasikan slack ini (Sugiarti, 2020)

Dengan uang yang cukup, bisnis dapat memenuhi kebutuhan pemegang saham dan kebutuhan mereka sendiri (Vanacker et al., 2016). Misalnya, di sektor yang memiliki banyak cadangan kapasitas, bisnis memiliki lebih banyak pilihan untuk memanfaatkan sumber daya tersebut, salah satunya dengan melembagakan praktik CSR. Kualitas laporan CSR perusahaan meningkat sebanding dengan jumlah cadangan sumber daya yang dimilikinya.

Sari et al, (2022) menyatakan menjelaskan bahwa tingkat partisipasi perusahaan dalam inisiatif CSR akan dipengaruhi oleh *slack resources*. Sumber daya kendur adalah *slack resources* perusahaan saat ini dan prospektif yang dapat digunakan untuk melindungi bisnis dari ancaman yang ditimbulkan oleh kekuatan internal dan eksternal. Slack Resources berpengaruh pada bisnis karena membantu mereka menyesuaikan diri dengan lingkungan yang semakin kompetitif. Bisnis dengan banyak modal untuk disisihkan memberi karyawan mereka banyak kelonggaran dalam cara mereka membelanjakannya.

2.5 Peneliti Terdahulu

Beberapa penelitian terkait dengan pengaruh *firm maturity* dan *slack resources* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* diantaranya adalah :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

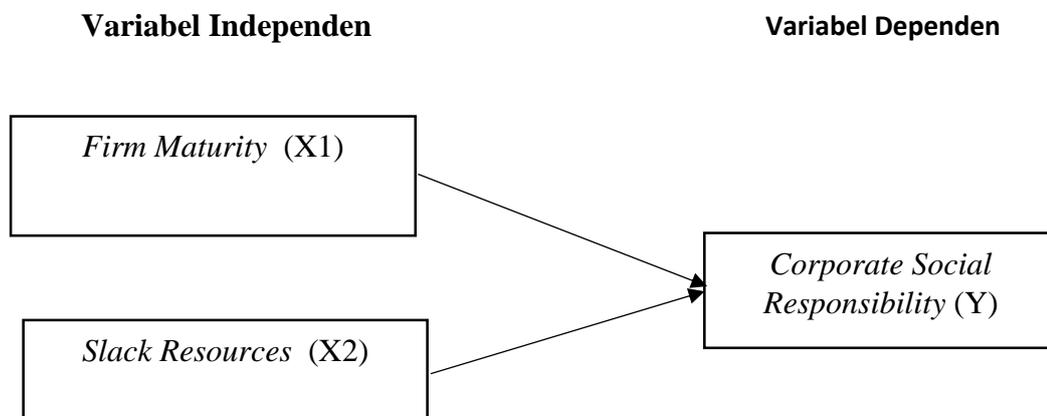
No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Hasil
1	Rani Yuanita dan Muhammad Muslih (2019)	Pengaruh <i>Profitabilitas, Leverage, Dan Slack Resources</i> Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Variabel Independen : <i>profitabilitas, leverage, dan slack resources</i> Variabel Dependen : Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Penelitian ini menemukan bahwa bisnis pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia antara tahun 2013 dan 2017 lebih cenderung mengungkapkan <i>corporate social responsibility</i> dipengaruhi oleh <i>profitabilitas, leverage, dan slack resources</i> .
2	Nadia Dwi Tasya dan Charoline Cheisviyan (2019)	Pengaruh <i>Slack Resources</i> Dan Gender Dewan Terhadap Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.	Variabel Independen : <i>Slack resources</i> dan <i>gender dewan</i> Variabel Dependen : Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Penelitian ini menemukan bahwa jenis kelamin direksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di BEI selama tahun 2015-2017, sedangkan jenis kelamin dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap kualitas tanggung jawab sosial perusahaan. pengungkapan tanggung jawab sosial.
3	Rita Sugiarti (2020)	Pengaruh <i>Firm Maturity</i> dan <i>Slack Resources</i> Terhadap Pengungkapan <i>Corporate</i>	Variabel Independen : <i>Firm Maturity</i> dan <i>slack resources</i> Variabel Dependen :	Perusahaan dalam bisnis sumber daya alam melakukan pengungkapan CSR pada tahun 2014, 2015, dan 2016; temuan pengujian dan analisis statistik menunjukkan

		<i>Social Responsibility</i>	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	bahwa kematangan perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, sedangkan sumber daya slack tidak berpengaruh.
4	Intan Mahalistian dan Willy Sri Yuliandhari (2021)	Pengaruh <i>Profitabilitas, Agresivitas Pajak Dan Slack Resources Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility</i>	Variabel Independen : <i>Profitabilitas, agresivitas pajak dan slack resources</i> Variabel Dependen : <i>Pengungkapan Corporate Social Responsibility</i>	Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan consumer goods yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019, sedangkan pengaruh agresivitas pajak dan slack resources tidak berpengaruh.
5	Hasan Badilah Ngabalin (2021)	Pengaruh <i>Slack Resources, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Publik Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility</i>	Variabel Independen : <i>Slack resources, ukuran perusahaan, kepemilikan publik dan kinerja lingkungan</i> Variabel dependen : <i>Pengungkapan Corporate Social Responsibility</i>	Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa pengungkapan CSR secara signifikan dipengaruhi oleh sumber daya slack, ukuran perusahaan, kepemilikan publik, dan kinerja lingkungan sekaligus.
6	Nolita Yeni Siregar dan Kristin Tiara Pita Napitu (2021)	<i>Slack Resources, Komite Audit, Feminisme Dewan Terhadap Kualitas Pengungkapan</i>	Variabel Independen : <i>Slack resources, komite audit, feminisme dewan</i>	Peneliti menemukan bahwa sumber daya Slack berdampak pada seberapa baik bisnis pelaporan keberlanjutan mengungkapkan upaya tanggung jawab sosial

		Tanggung Jawab Sosial	Variabel Dependen : Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	mereka. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis dengan banyak kapasitas cadangan akan terus meningkatkan kualitas laporan CSR mereka. Pengungkapan CSR perusahaan tidak terpengaruh oleh pandangan komite audit atau seksisme dewan direksi atau komisinya.
--	--	-----------------------	--	--

2.6 Kerangka Pemikiran

Setelah pembahasan pokok masalah, konseptualisasi, tujuan studi, dan evaluasi literatur terkait, kita dapat menguraikan faktor-faktor yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* perusahaan.:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.7 Bangunan Hipotesis

2.7.1 Pengaruh *Firm Maturity* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut teori pemangku kepentingan, CSR perusahaan adalah sarana yang efektif dimana bisnis dapat menegakkan "kontrak sosial" mereka dengan penduduk

setempat dengan memenuhi kebutuhan mereka dan pemangku kepentingan lainnya (Benlemlih, 2014). Siklus hidup bisnis terlihat berbeda untuk setiap organisasi. Ada bisnis yang sudah mapan dan ada juga yang sedang berkembang atau sedang menurun. Perusahaan yang telah mencapai kedewasaan cenderung memiliki sumber daya yang melimpah dari berbagai bidang yang berbeda, sedangkan perusahaan rintisan dan bisnis yang gagal seringkali memiliki lebih sedikit sumber daya yang lebih terkonsentrasi di tangan yang lebih sedikit. Pada gilirannya, hal ini mendorong bisnis yang sudah mapan untuk meningkatkan aktivitas investasinya, khususnya di bidang tanggung jawab sosial perusahaan (Sugiarti, 2020) .

Withisuphakorn & Jiraporn (2016) menemukan bahwa tahun dalam bisnis memiliki peran penting dalam menentukan inisiatif CSR. Bisnis yang matang lebih cenderung memiliki arus kas yang konsisten dan keuntungan yang tinggi, keduanya diperlukan untuk upaya tanggung jawab sosial perusahaan. Selain lebih bertanggung jawab dalam hal keragaman dan kesadaran lingkungan, perusahaan dewasa cenderung lebih bertanggung jawab secara keseluruhan. Perusahaan yang telah mencapai *mature* seringkali memiliki sumber daya yang sangat besar, skala ekonomi yang besar, dan kapasitas untuk membelanjakan sumber daya tersebut dalam tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini dilakukan dalam upaya untuk membedakannya dari bisnis lain, meningkatkan reputasi dan daya saingnya, dan menuai keuntungan jangka panjang yang akan mempertahankannya dalam fase siklus hidup saat ini yang paling menguntungkan.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang di lakukan oleh Sugiarti, (2020) dan Hasan & Habib (2017) secara meyakinkan menentukan bahwa bisnis yang mapan mendapat manfaat dari keterlibatan dalam inisiatif CSR. Berdasarkan informasi latar belakang ini, hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H1 : Firm maturity berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

2.7.2 Pengaruh *Slack Resources* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Slack resources merupakan faktor utama dalam pengeluaran CSR, dan ini menunjukkan bahwa bisnis lebih cenderung mengambil tindakan etis ketika mereka berjuang secara finansial (Hasan & Habib, 2017). Karena pengungkapan CSR menuntut sumber daya yang tepat untuk implementasi dan pelaporan, kemampuan perusahaan untuk menyisihkan sebagian dari sumber daya tersebut sangat penting. *Slack resource* atau Sumber daya dapat berupa apa saja mulai dari bahan mentah hingga tenaga kerja manusia hingga pekerjaan selesai hingga kapasitas mesin hingga uang. Cadangan kas luar negeri adalah kelebihan yang paling penting karena mereka memberikan peluang bagi bisnis untuk menghadapi badai apa pun.

Hal ini sejalan dengan teori pemangku kepentingan yang menurut pendekatan berbasis sumber daya menyatakan bahwa pengungkapan CSR merupakan salah satu cara perusahaan dalam membina hubungan positif dengan pemangku kepentingan (*stakeholders*). Dengan cara ini, pemangku kepentingan dapat merasa tenang mengetahui bahwa sumber daya perusahaan telah ditangani secara etis dan sesuai dengan semua standar yang relevan berkat jaminan yang diberikan oleh tanggung jawab sosial perusahaan (Sari et al, 2022).

Melvin dan Rachmawati (2021) berpendapat bahwa pengungkapan CSR yang lebih baik akan dihasilkan dari alokasi yang lebih besar dari sumber daya cadangan perusahaan terhadap pengambilan keputusan strategis pada isu-isu CSR. Semakin banyak inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang dilakukan perusahaan, semakin banyak umpan balik positif yang didapat, yang pada gilirannya akan meningkatkan keberlanjutan bisnis perusahaan (Shoimah & Aryani, 2019).

Menurut penelitian Intan Mahalistian dan Willy Sri Yuliandhari (2021) *slack resources* yang tidak terpakai berdampak besar pada pelaporan CSR. Berdasarkan informasi latar belakang ini, hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H2 : *Slack resources* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate sosial responsibility*.

