

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Stakeholder

Stakeholder theory membahas mengenai moral dan nilai-nilai dalam mengelola sebuah organisasi. Teori ini menganggap bahwa perusahaan harus menciptakan nilai bagi semua pemangku kepentingan, bukan hanya pemegang saham. Teori ini menggabungkan tiga faktor yang dapat membantu dalam pencapaian perubahan berkelanjutan, yaitu manajemen, etika, dan pemangku kepentingan. Manajemen menggunakan *Corporate Social Responsibility* untuk memberikan keuntungan kepada semua pemangku kepentingan dengan tujuan meningkatkan kinerja dan memberikan feedback positif bagi perusahaan. *Corporate Social Responsibility* yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan harus mengikuti pendekatan dan memenuhi harapan *stakeholder* karena kegiatan perusahaan dipengaruhi dan mempengaruhi *stakeholder*, sehingga perusahaan tidak dapat mengabaikan kondisi sosial dan lingkungan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan juga dianggap sebagai bentuk komunikasi antara manajemen perusahaan dengan para *stakeholder* (Hahn & Kühnen, 2013). *Corporate Social Responsibility* hadir sebagai penyeimbang antara kepentingan para *stakeholder* dan perusahaan itu sendiri (Anggraeni & Djakman, 2017).

Stakeholder dapat didefinisikan sebagai pihak - pihak yang mampu bersedia mengambil risiko akibat kepemilikan mereka dalam bentuk modal, keahlian atau keterampilan, atau investasi keuangan, dan sesuatu berharga dalam perusahaan (Krisnawati, 2018). Dilihat dari sudut pandang moral, teori ini memberikan penjelasan setiap para pemangku kepentingan mempunyai hak yang sama dan tidak boleh dilanggar oleh perusahaan.

Menurut Indriyani & Yuliandhari (2022), bisnis seharusnya tidak hanya menjalankan operasinya untuk keuntungan mereka sendiri; sebaliknya, mereka harus memberikan nilai kepada pemangku kepentingan mereka dan memperhatikan keinginan dan kebutuhan mereka. *Stakeholder* mempunyai peranan yang signifikan karena mereka dapat memengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus memprioritaskan hubungan yang positif dengan pemangku kepentingan mereka. Salah satu strategi yang efektif yang dapat digunakan oleh perusahaan adalah melalui pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai bagian dari upaya menjaga keberlanjutan perusahaan di masa depan. Dengan melalui pengungkapan ini, perusahaan dapat membangun kepercayaan, memperkuat hubungan dengan *stakeholder*, dan menciptakan reputasi yang baik.

Selanjutnya, menurut (Totok Mardikanto, 2018) *stakeholders* dapat diklasifikasikan menjadi 2 bagian, yaitu:

1. *Inside Stakeholders*, merupakan orang – orang yang mempunyai kepentingan serta tuntutan pada sumber daya perusahaan yang berada di lingkup organisasi perusahaan. Yang termasuk kedalam *Inside Stakeholders* seperti pemegang saham (*stakeholders*), para manajer (*managers*), dan karyawan (*employers*).
2. *Outside Stakeholders*, merupakan pihak – pihak (*constituencies*) bukan milik perusahaan bahkan pemimpin perusahaan serta bukan karyawan perusahaan, namun memiliki kepentingan terhadap perusahaan dipengaruhi keputusan dan tindakan yang dilakukan oleh perusahaan. Yang termasuk dalam *outside stakeholders*, yaitu berupa pelanggan (*customers*), pemasok (*suppliers*), pemerintah (*government*), masyarakat lokal (*local communities*) serta masyarakat umum (*general public*).

2.2 Corporate Social Responsibility

2.2.1 Pengertian Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility adalah kegiatan operasional bisnis yang berfokus terhadap peningkatan pendapatan operasional perusahaan serta pembangunan sosial ekonomi wilayah secara komprehensif, sistematis dan berkelanjutan (Octarina, 2018). *Corporate Social Responsibility* memiliki dua tujuan. Yang pertama yaitu untuk menambah citra perusahaan secara implisit, dengan berasumsi yaitu karakter perusahaan secara dasar baik. Dan yang kedua yaitu untuk melepaskan membebaskan organisasi dari tanggung jawab berdasarkan gagasan bahwa ada kontrak sosial antara organisasi serta masyarakat (Meiryani, 2019). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan bentuk pertanggungjawaban dari suatu perusahaan yang berfokus terhadap aspek sosial dalam kegiatan operasional perusahaan yang menimbulkan dampak buruk terhadap masyarakat.

Program *Corporate Social Responsibility* dilakukan karena adanya pedoman yang telah buat, adanya manusia yang terlibat dalam pelaksanaannya, dan adanya lembaga yang melaksanakan kegiatan terhadap program tersebut. Sehingga pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* selalu berkaitan dengan peranan stakeholder dalam pelaksanaannya karena stakeholder merupakan bagian dari organisasi manusia dan manusia dalam organisasi (Herman, 2018). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah salah satu cara perusahaan berkomunikasi dengan *stakeholder* (Syawaline dan Suryani, 2021).

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

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

Corporate Social Responsibility Indonesia mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai upaya perusahaan untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif atas operasi entitas terhadap seluruh *stakeholder* yang berkaitan dengan ekonomi, sosial, dan lingkungan guna meningkatkan pembangunan nasional. Indonesia termasuk negara yang mewajibkan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini merujuk pada Undang Undang Republik Indonesia Nomor 40 tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas terkhusus dalam pasal 74 ayat 1 yang menyebutkan perusahaan yang aktivitas operasionalnya bergerak di bidang yang berasosiasi dengan sumber daya alam memiliki kewajiban untuk melakukan CSR. Perusahaan yang tidak melakukan CSR akan diberikan sanksi berupa hukuman administratif yaitu peringatan tertulis hingga pencabutan izin usaha, hal ini dijelaskan pada Undang Undang Republik Indonesia Nomor 25 tahun 2007 mengenai Penanaman Modal pasal 15 dan 34.

2.2.2 Prinsip – Prinsip *Corporate Social Responsibility*

Crowther David, 2008 (dalam Feliyana Prianka, 2013) menjelaskan mengenai prinsip – prinsip *Corporate Social Responsibility* (Tanggung Jawab Sosial) ada 3, yaitu:

- a. *Sustainability*, adalah hal yang berhubungan terhadap perusahaan dalam melakukan aktivitas kegiatan dalam memperhitungkan keberlanjutan sumber daya untuk masa depan.
- b. *Accountability*, hal yang selalu berkaitan dengan tanggung jawab atas kegiatan yang telah dilakukan.
- c. *Transparency*, merupakan suatu prinsip yang sangat penting bagi pihak luar, yang memiliki peran untuk mengurangi kesalahpahaman terhadap suatu informasi dan pertanggungjawaban dalam berbagai dampak dari lingkungan.

2.2.3 Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility adalah hal yang sangat penting untuk dilakukan, perusahaan harus memiliki tujuan dan sebuah pencapaian target untuk dicapai yang berada di sekitar lingkungan masyarakat yang lebih besar atau komunitas. Manfaat

penerapan CSR dalam sebuah perusahaan memiliki dampak yang sangat baik untuk lingkungan perusahaan dan masyarakat sekitar. Menurut (Totok Mardikanto, 2018) terdapat manfaat *Corporate Social Responsibility* terbagi menjadi 3 adalah sebagai berikut:

1. Manfaat *Corporate Social Responsibility* Bagi Masyarakat

Perusahaan dapat berkontribusi dalam peningkatan taraf kualitas hidup masyarakat. Manfaat *Corporate Social Responsibility* bagi masyarakat adalah dapat mengembangkan diri terhadap usahanya sehingga tepat sasaran untuk mencapai kesejahteraan.

2. Manfaat *Corporate Social Responsibility* Bagi Pemerintah

Corporate Social Responsibility memiliki manfaat terhadap pemerintah yaitu akan terciptanya hubungan antara pemerintah dan perusahaan untuk mengatasi terhadap berbagai masalah lingkungan sosial, seperti rendahnya kualitas pendidikan, kemiskinan, kurangnya akses kesehatan dan sebagainya.

3. Manfaat *Corporate Social Responsibility* Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan yang benar dalam menerapkan CSR akan mendapatkan dampak yang baik untuk keberlangsungan lingkungan perusahaan, seperti:

- a. Meningkatkan citra dan reputasi perusahaan
- b. Memperkuat “*Brand*” perusahaan
- c. Mengembangkan hubungan kerja sama dengan pemangku kepentingan
- d. Dapat membedakan perusahaan dengan pesaingannya
- e. Meningkatkan inovasi dalam perusahaan
- g. Membuka akses dalam investasi dan pembiayaan bagi perusahaan
- f. Dapat meningkatkan saham perusahaan

2.2.4 Indikator *Corporate Social Responsibility*

Indikator pada penelitian ini menggunakan item GRI G4 yang memiliki total item sejumlah 91 item yang di dalamnya terdapat 6 indikator pada *corporate social responsibility* menurut GRI:

a. Ekonomi

Menurut Laguir (2015) (dalam Lie Liana Permata Sari dan Agustinus Santosa Adiwibowo, 2017) elemen ekonomi dari *Corporate Social Responsibility* adalah sarana perusahaan berurusan dengan masalah yang mungkin timbul dalam interaksinya dengan pelanggan, pemasok dan pemegang saham di pasar. Menyangkut dampak yang dihasilkan perusahaan pada kondisi ekonomi dari stakeholder dan pada sistem ekonomi di tingkat lokal, nasional, dan global (Dea Eka Marisa dan F. Defung, 2017).

b. Lingkungan

Indikator lingkungan adalah kewajiban perusahaan terhadap dampak lingkungan yang dihasilkan dari operasi dan produk perusahaan, menghilangkan emisi dan limbah, mencapai efisiensi maksimum dan produktivitas pada sumber daya yang tersedia, penurunan praktik yang dapat berdampak negatif terhadap negara dan ketersediaan sumber daya generasi berikutnya (Totok Mardikanto, 2018).

Segala aktivitas yang menyangkut operasional perusahaan akan menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan secara langsung maupun tidak langsung, seperti; polusi, sumber daya alam yang terlalu banyak diambil, limbah, dan pencemaran lainnya. Maka dari itu, perusahaan diwajibkan memerhatikan tanggung jawab sosial terhadap lingkungan, supaya lingkungan tidak rusak dan tetap terjaga kelestariannya. Karena lingkungan sangat penting untuk keberlangsungan makhluk hidup. Perusahaan bisa mengambil tindakan untuk melakukan bina lingkungan, mengatasi polusi, dan memfilter limbah supaya tidak berbahaya saat dibuang ke lingkungan sekitar.

c. Tenaga Kerja

Tenaga kerja adalah sumber daya manusia yang terdapat di dalam perusahaan, yang akan melakukan segala aktivitas perusahaan sehingga menghasilkan barang atau jasa. Selain mementingkan tanggung jawab sosial terhadap pihak eksternal, pihak internal juga perlu diperhatikan termasuk tenaga kerja. Misalnya, memberikan gaji yang sesuai dengan standar yang berlaku, memberikan tunjangan dan asuransi, memberikan kenaikan gaji, dan diberikan pelatihan sesuai dengan bidangnya. Program *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan terhadap tenaga kerja khususnya tenaga kerja pada divisi penjualan mempunyai tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan serta memberikan motivasi untuk lebih optimal dalam bekerja. Dalam jangka panjang perusahaan akan memperoleh hasil produksi yang maksimal karena kinerja tenaga kerja akan lebih optimal (Edi Suharto, 2011 dalam Ahmad Hijri Alfian dan Abdul Rohman, 2013).

d. Hak Asasi Manusia (HAM)

Hak Asasi Manusia (HAM) adalah hak-hak dasar pekerja dan menjamin kesamaan kesempatan serta perlakuan tanpa diskriminasi atas apapun untuk mewujudkan kesejahteraan pekerja dan keluarganya dengan tetap memperhatikan perkembangan kemajuan dunia usaha dan kepentingan pengusaha (Barzah Latupono, 2011). Dalam UU No 13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan telah mengatur perlindungan terhadap hak-hak pekerja antara lain:

1. Hak atas upah yang layak
2. Hak perlindungan atas keselamatan dan kesehatan kerja, termasuk hak istirahat dan cuti.
3. Hak atas PHK
4. Hak untuk mogok kerja dan sebagainya

e. Sosial Masyarakat

Sosial masyarakat adalah pengembangan manusia yang bertujuan untuk mengembangkan potensi dan kemampuan manusia untuk mengontrol lingkungannya.. Parameter keberhasilan suatu perusahaan dalam sudut pandang *Corporate Social Responsibility* adalah pengedepankan prinsip moral dan etis, yakni menggapai suatu hasil terbaik, tanpa merugikan kelompok masyarakat lainnya. Salah satu prinsip moral yang sering digunakan adalah *golden-rules*, yang mengajarkan agar seseorang atau suatu pihak memperlakukan orang lain sama seperti apa yang mereka ingin diperlakukan (Hijri Alfian dan Abdul Rohman, 2013). Dengan begitu, perusahaan yang bekerja dengan mengedepankan prinsip moral dan etis akan memberikan manfaat terbesar bagi masyarakat.

f. Tanggung Jawab Atas Produk

Tanggung jawab produk adalah kewajiban perusahaan terhadap produk yang dihasilkan karena produk merupakan cerminan dan output dari perusahaan, perhatian terhadap produk dapat dilakukan perusahaan dengan menjaga keamanan serta kualitas produk itu sendiri (Ahmad Hijri Alfian dan Abdul Rohman, 2013).

Dalam pengukurannya menggunakan CSRI (Corporate Social Responsibility Indeks) yang di sesuaikan dengan indikator GRI (Global Reporting Initiative) (Terlampir).

2.3 Gender Diversity

Diversity dalam *gender diversity* mengacu pada hal-hal dalam diri setiap orang yang membuat mereka berbeda dari orang lain. Sedangkan *gender* dalam *gender diversity* tentang karakter, peran, pandangan, dan perilaku berdasarkan jenis kelamin wanita atau pria (Yuliandhari, 2022). *Gender diversity* menjelaskan tentang perbedaan pandangan antara pria dan wanita dalam aspek sosial, budaya, dan perilakunya (Tasya dan Cheisviyanny, 2019). *Gender diversity* berkaitan dengan kesetaraan gender, yaitu memberi kesempatan untuk berada di posisi yang sama dalam perusahaan

(Sihombing dan Yuliandhari, 2022). Seorang wanita memiliki rasa kepedulian yang cukup tinggi terhadap individu. Dalam olah raga donasi dan kewajiban sosial, tentunya penilaian yang dilakukan oleh korporasi, kehadiran para kontributor dewan mampu melakukan kritik tersebut sehingga donasi dan pengungkapan *corporate social responsibility* berjalan sesuai keinginan dan hobi para pemangku kepentingan (Indriyani & Sudaryati, 2020)

Adanya campur tangan dari masyarakat yang memungkinkan peran gender dapat berubah seiring waktu. Peran gender berhubungan terhadap pandangan masyarakat. Perempuan dan laki-laki secara alami memiliki sikap, sifat, dan kemampuan yang sangat berbeda. Menurut Issa, et. al. (2019) keberadaan seorang wanita dalam jajaran manajemen perusahaan dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan sehingga dianggap memberikan nilai tambah berupa:

1. Meningkatnya fungsi pengawasan karena pengawasan melibatkan seluruh individu yang berbeda (terdapat heterogenitas) sehingga mereka akan lebih bertindak secara independen.
2. Sifat yang dimiliki seorang wanita tergolong sebagai seorang *risk-adverse* yang dapat memberikan variasi dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan karena keputusan diambil secara teliti, hati-hati dan terhindar dari risiko.
3. Heterogenitas dapat memberikan perusahaan terhadap efektivitas kepemimpinan manajemen karena setiap individu yang berbeda dituntut dalam memberikan alternatif berdasarkan perspektif yang beragam dalam menyelesaikan masalah.
4. *Gender diversity* dapat meningkatkan serta menjalin hubungan perusahaan dengan dunia global karena wanita dianggap memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menjalin relasi dan meningkatkan komunikasi dengan individu lain dari luar perusahaan.

2.4 Kepemilikan Asing

Kepemilikan asing adalah suatu jumlah saham yang dimiliki oleh individu atau organisasi di luar negeri terhadap saham perusahaan di Indonesia (Pangestika dan Widiastuti, 2017). Teori *stakeholder* menyatakan bahwa tingkat kepemilikan asing di perusahaan bisa membuat manajer berusaha untuk mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* secara lebih luas karena dianggap terlibat dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Yani dan Suputra, 2020).

Kepemilikan asing di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Undang-Undang tersebut menyatakan bahwa penanaman modal asing adalah kegiatan untuk melakukan penanaman modal usaha di wilayah Negara Republik Indonesia yang dilakukan oleh penanam modal asing, baik yang menggunakan modal asing sepenuhnya maupun yang berpatungan dengan penanam modal dalam negeri. Penanam modal asing membeli saham menjadi bagian dari dalam kepemilikan asing perusahaan.

Mengacu pada pasal di atas maka dapat disimpulkan bahwa kepemilikan saham asing merupakan proporsi saham biasa perusahaan yang dimiliki oleh perorangan, badan hukum, pemerintah serta bagianbagiannya yang berstatus luar negeri. Menurut Firmansyah (2011) (dalam Prawesti,2014) berpendapat, apabila perusahaan yang memiliki kontrak dengan *foreign stakeholders* baik dalam ownership dan trade, maka perusahaan akan lebih didukung dalam melakukan pengungkapan *corporate social responsibility*. Maka dari itu, semakin tinggi struktur kepemilikan asing suatu perusahaan maka akan semakin lengkap pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan tersebut.

2.5 Slack Resources

Slack resources adalah sumber daya yang nyata perusahaan secara berlebih. Sumber daya berlebih ini bisa diterapkan untuk menyesuaikan diri dalam menghadapi tekanan dari dalam maupun luar yang dilalui oleh perusahaan (Mahalistianingsih dan Yuliandhari, 2021). Kelebihan sumber daya ini menciptakan kesempatan perusahaan untuk berinvestasi untuk kegiatan sosial dan bisa memenuhi kebutuhan serta harapan pemangku kepentingan (Sugiarti, 2020).

Slack resources terbagi menjadi dua yaitu *unabsorbed* dan *absorbed slack*. *Unabsorbed slack* didefinisikan sumber daya yang tidak diserap dan mudah digunakan dalam suatu organisasi, seperti *financial slack*. Sedangkan *absorbed slack* adalah sumber daya yang diserap dan ditentukan kegunaan secara spesifik sehingga sulit untuk digunakan kembali, seperti kelebihan biaya. *Unabsorbed* dan *absorbed slack* memberikan upaya kontribusi berbeda terhadap kemungkinan perusahaan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*. Perusahaan lebih mudah memindahkan dan menggunakan *unabsorbed slack*. *Unabsorbed slack* menyediakan sumber daya yang lebih fleksibel sehingga lebih memungkinkan untuk diinvestasikan dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan *absorbed slack* sebaliknya yaitu relatif tidak fleksibel dan perusahaan lebih sulit untuk menginvestasikan *slack* ini (Sugiarti, 2020).

(Sari *et al.*,2022) menyatakan bahwa tingkat suatu partisipasi perusahaan dalam inisiatif *Corporate Social Responsibility* akan dipengaruhi oleh *slack resources*. Sumber daya kendur adalah *slack resources* perusahaan saat ini dan prospektif yang dapat digunakan untuk melindungi dan menjaga bisnis dari ancaman yang ditimbulkan dari berbagai pihak. *Slack Resources* berpengaruh pada bisnis karena membantu menyesuaikan diri terhadap lingkungan yang semakin kompetitif.

2.6 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang terkait dengan Pengaruh *Gender Diversity*, Kepemilikan Asing, dan *Slack Resource* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* diantaranya adalah:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No .	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Hasil
1.	Ni Putu Tista Paradiva dan I Dewa Gede Dharma Suputra (2020)	Pengaruh Kepemilikan Asing, Kepemilikan Institusional dan <i>Leverage</i> terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Variabel Independen: Kepemilikan Asing, Kepemilikan Institusional dan <i>Leverage</i> Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Penelitian ini menemukan bahwa bisnis perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2016 – 2018 menunjukkan bahwa, kepemilikan asing kepemilikan institusional, berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility, sedangkan leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility.
2.	Synthia Madyakusumawati (2019)	Peran Slack Resources dan Diversitas Gender Terhadap Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	Variabel Independen: Slack Resources dan Feminisme Dewan Variabel Dependen: Kualitas Pengungkapan Tanggung	Penelitian ini menemukan bahwa perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2014-2017, mengungkapkan bahwa diversitas gender (feminisme) di dalam dewan

			Jawab Sosial	memberikan pengaruh yang positif terhadap kualitas pengungkapan CSR, namun bila feminisme dimoderasi dengan adanya kelebihan sumber daya (slack resources) perusahaan, maka peran dari feminisme justru memperlemah pengaruh negatif terhadap kualitas pengungkapan CSR .
3.	Willy Sri Yuliandhari dan Nike Sekariesta (2023)	Pengaruh <i>Gender Diversity</i> , Kepemilikan Asing, Dan <i>Slack Resources</i> Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Variabel Independen: <i>Gender Diversity</i> , Kepemilikan Asing, dan <i>Slack Resources</i> Variabel Dependen: Pengungkapan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	Penelitian ini pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2017-2021, mengungkapka n bahwa Diversitas gender tidak berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, sedangkan kepemilikan asing dan slack resources secara parsial berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
4.	Yuannisa Aisanafi dan Dinka Hernindita (2022)	Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai	Variabel Independen: Pengungkapan CSR, gender,	Penelitian ini pada perusahaan pada perusahaan manufaktur yang

		Perusahaan: Gender Diversity sebagai Variabel Moderasi	dan interaksi antar keduanya. Variabel Dependen: Nilai Perusahaan	terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode tahun 2013-2015, ditemukan bukti bahwa pengungkapan CSR berhubungan positif terhadap nilai perusahaan. Namun, gender diversity tidak memoderasi hubungan positif antara pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.
5.	Devaiana Sari, Yaumil Khoiriyah, Hesti Widi Astuti, dan Niken Dwi Puspita (2022)	Pengaruh Slack Resources Terhadap Kualitas Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia.	Variabel Independen: <i>Slack Resources</i> Variabel Dependen: Kualitas Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Penelitian ini pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2019, Hasil pengujian ini membuktikan bahwa, Slack Resources berpengaruh signifikan terhadap kualitas pengungkapan Corporate Social Responsibility.
6.	Adelia Pramita Sari (Tahun 2018)	Pengaruh Kepemilikan Keluarga dan Kepemilikan Asing terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> pada Perusahaan Manufaktur	Variabel Independen: Kepemilikan Keluarga dan Kepemilikan Asing Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social</i>	Hasil penelitian ini pada perusahaan manufaktur sektor Industri Dasar dan Kimia Tahun 2012, mengungkapkan bahwa variabel Kepemilikan Keluarga secara signifikan mempengaruhi pengungkapan

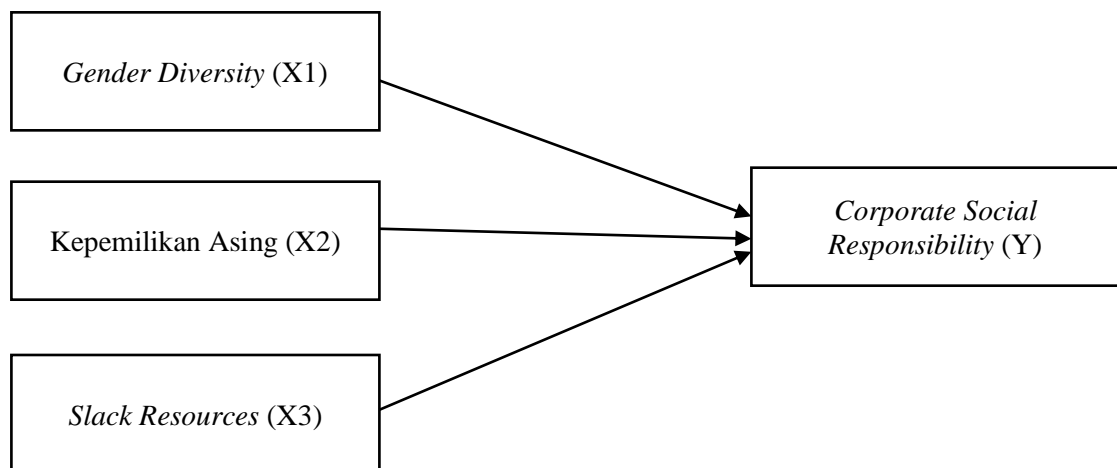
		Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	<i>Responsibility</i>	<p><i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> perusahaan. Namun , koefisien bertanda negative yang menandakan bahwa semakin banyak saham perusahaan yang dimiliki oleh keluarga maka tingkat pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan tersebut semakin kecil. Dan variabel Kepemilikan Asing tidak signifikan mempengaruhi pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> perusahaan menunjukkan luasnya pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> dalam laporan keuangan.</p>
--	--	--	-----------------------	---

7.	Rizka Hadya dan Romi Susanto (2018)	Model Hubungan Antara Keberagaman Gender, Pendidikan Dan <i>Nationality</i> Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	<p>Variabel Independen : Keberagaman Gender, Pendidikan, dan <i>Nationality</i> Dewan Komisaris</p> <p>Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p>	<p>Berdasarkan hasil yang ditemukan bahwa:</p> <p>1. Gender dewan direksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.</p> <p>2. Pendidikan dewan direksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CS.</p> <p>3. <i>Nationality</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini konsisten dengan literature yang menyatakan bahwa keberagaman gender dan pendidikan merupakan faktor – faktor penentu dalam pengungkapan CSR pada perusahaan high profil di Bursa Efek Indonesia.</p>
----	-------------------------------------	--	---	--

8.	Dian Yuni Anggraeni dan Chaerul D. Djakman (2017)	Slack Resources, Feminisme Dewan, Dan Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	Variabel Independen: Slack Resources, dan Feminisme Dewan Varabel Dependen: Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	Hasil penelitian ini menemukan bahwa slack resources berpengaruh positif dan feminisme dewan komisaris berpengaruh negatif terhadap kulaitas pengungkpaan tanggung jawab sosial perusahaan.
----	---	--	--	---

2.7 Kerangka Penelitian

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



Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian

2.8 Bangunan Hipotesis

2.8.1 Pengaruh *Gender Diversity* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Seorang wanita memiliki rasa kepedulian yang cukup tinggi terhadap individu. Dalam olah raga donasi dan kewajiban sosial, tentunya penilaian yang dilakukan oleh korporasi, kehadiran para kontributor dewan mampu melakukan kritik tersebut sehingga donasi dan pengungkapan *corporate social responsibility* berjalan sesuai keinginan dan hobi para pemangku kepentingan (Indriyani & Sudaryati, 2020)

Peran gender berhubungan terhadap pandangan masyarakat. Perempuan dan laki-laki secara alami memiliki sikap, sifat, dan kemampuan yang sangat berbeda. Keberanian yang dimiliki oleh seorang wanita dan pria berbeda untuk mengambil tingkat kepercayaan, risiko, dan kepercayaan diri dalam suatu hubungan. Perbedaan ini dapat mempengaruhi struktur keuangan perusahaan. Penelitian (Parwati dan Dewi, 2021) menyebutkan bahwa mempunyai. wanita dalam dewan direksi membantu perusahaan menjalin interaksi dengan *stakeholder*.

Secara psikologis wanita memiliki sifat emosional yang menunjukkan kepekaan terhadap kepentingan orang lain sehingga wanita berusaha untuk memahami terhadap berbagai perspektif *stakeholder* (Issa dan Fang, 2019). Wanita yang membuat tugas dalam manajemen sosial perusahaan menjadi lebih baik dan mengamati norma dan nilai sosial secara baik. Kehadiran wanita di dewan direksi dapat memberikan kesempatan dalam mengoptimalkan perusahaan yang memiliki keterkaitan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan membantu perusahaan dalam membuat keputusan, memberikan arahan tujuan, dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Parwati dan Dewi, 2021). Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Madyakusumawati, 2019) yang menyatakan bahwa *gender diversity* atau Diversitas *gender* memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social*

Responsibility dan hasil penelitian tersebut memiliki hasil yang sama yang dilakukan oleh (Hadya dan Susanto, 2018). Maka perumusan hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H1: *Gender diversity* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

2.8.2 Pengaruh Kepemilikan Asing Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Kepemilikan asing adalah suatu jumlah saham yang dimiliki oleh individu atau organisasi di luar negeri terhadap saham perusahaan di Indonesia (Pangestika dan Widiastuti, 2017). Seperti yang dikatakan dalam teori *stakeholder* bahwa tingkat kepemilikan asing di suatu perusahaan dapat membuat manajer berusaha untuk mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* yang lebih baik karena kepemilikan asing di instansi adalah pihak yang terlibat dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Yani dan Suputra, 2020).

Firmansyah (2011) berpendapat, apabila perusahaan yang memiliki kontrak dengan *foreign stakeholders* baik dalam ownership dan trade, maka perusahaan akan lebih didukung dalam melakukan pengungkapan *corporate social responsibility*. Maka dari itu, semakin tinggi struktur kepemilikan asing suatu perusahaan maka akan semakin lengkap pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan tersebut.

Sehingga perusahaan yang mempunyai kepemilikan asing dalam memotivasi manajemen untuk mengungkapkan informasi perusahaan secara lebih luas dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Pernyataan tersebut didukung penelitian (Yuliandhari dan Sekariesta, 2023) yang menyebutkan bahwa kepemilikan asing memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social*

Responsibility. Penelitian ini mempunyai hasil yang sama dengan penelitian yang dilakukan (Paradiva dan Suputra, 2020). Maka perumusan hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H2: Kepemilikan asing berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

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

Slack resources merupakan faktor utama dalam pengeluaran *Corporate Social Responsibility* dan ini menunjukkan bahwa bisnis lebih cenderung mengambil tindakan etis ketika mereka berjuang secara finansial (Hasan & Habib, 2017). Karena pengungkapan *Corporate Social Responsibility* 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.

Slack resources dapat mewujudkan kesempatan perusahaan dalam berinvestasi di berbagai kegiatan sosial dan memenuhi harapan stakeholder (Sugiarti, 2020). Hal ini sejalan dengan teori pemangku kepentingan yang menurut pendekatan berbasis sumber daya yang menyatakan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* 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).

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Anggraeni dan Djakman, 2017) yang menyatakan informasi *Corporate Social Responsibility* bisa menjadi tempat menciptakan relasi yang baik dengan *stakeholder* untuk menjadi jaminan bahwa semua sumber daya perusahaan sudah dipakai dengan baik serta selaras dengan peraturan yang ada, maka *stakeholder* tidak perlu khawatir terhadap masalah keberlanjutan perusahaan. Pernyataan tersebut didukung dengan penelitian (Yuliandhari dan Sekariesta, 2023) yang menyatakan bahwa *slack resources* mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Penelitian tersebut mempunyai hasil yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sari *et al.*, 2020). Maka perumusan hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H3: Slack resources berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*