

## Corporate social responsibility: slack resources, feminisme dewan direksi, dan media exposure

Hairul Anam<sup>1✉</sup>, Novita Tri Utami<sup>2</sup>

Program Studi Akuntansi, Universitas Balikpapan.

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *slack resources*, *feminisme* dewan direksi, dan *media exposure* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Populasi penelitian ini adalah entitas pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan sampel yang di dapat yaitu 20 entitas dengan metode metode *purposive sampling*. Hasil penelitian menemukan bahwa *slack resources* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, feminisme dewan direksi dan *media exposure* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

**Kata kunci:** Slack resources; feminisme dewan direksi; media exposure; pengungkapan corporate social responsibility

## *Corporate social responsibility: slack resources, board feminism, and media exposure*

### Abstract

*The objective of this study is to examine the impact of slack resources, board of directors feminism, and media exposure towards of corporate social responsibility disclosure. The population of this study is coal mining companies listed in Indonesia Stock Exchange and the samples were obtained for 20 companies with a sample method that is purposive sampling. The results find that slack resources effected to corporate social responsibility disclosure, board of directors feminism and media exposure not effected to corporate social responsibility disclosure.*

**Key words:** *Slack resources; board of directors feminism; media exposure; disclosure of corporate social responsibility*

## PENDAHULUAN

*Corporate social responsibility* merupakan suatu kewajiban yang dimiliki perusahaan untuk memberikan manfaat kepada pemegang saham (*shareholders*) dan kepada pihak lain (*stakeholders*). *Corporate social responsibility* awalnya bersifat sukarela (*voluntary*) kemudian menjadi wajib mengingat dampak-dampak ditimbulkan dari kegiatan operasional perusahaan khususnya kepada lingkungan. Salah satu peraturan yang mengatur *Corporate social responsibility* yaitu UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, mewajibkan perusahaan yang kegiatan usaha terkait dengan sumber daya alam wajib untuk melakukan tanggung jawab sosial. Dari penjabaran diatas, *Corporate social responsibility* dilakukan sebagai bentuk komitmen entitas untuk berkontribusi kepada *stakeholders* dan lingkungan sekitar (Pakpahan & Rajagukguk, 2018).

Aktivitas *Corporate social responsibility* banyak dilakukan oleh entitas di berbagai sektor mengingat *Corporate social responsibility* adalah suatu kewajiban. *Corporate social responsibility* juga memberi peluang entitas sebagai tempat atau ajang mengenalkan kepada publik tentang diri mereka (produk/jasa). Hal tersebut menjadi alat untuk menarik minat investor agar berinvestasi di entitas mereka. Dari berbagai aktivitas *Corporate social responsibility* yang entitas dilakukan, kemudian dituangkan ke dalam suatu laporan sebagai bukti telah dilakukan kegiatan tersebut. Laporan berisikan informasi *Corporate social responsibility* biasa ditemukan di dalam laporan tahunan (*annual report*) atau laporan keberlanjutan (*sustainability report*) entitas.

Sumber daya menjadi penyokong entitas untuk melaksanakan berbagai kegiatan. Kehandalan entitas dalam mengelolah sumber daya dapat menimbulkan kelebihan sumber daya atau *slack resources*. *Slack resources* dapat digunakan ketika entitas berada di situasi di luar kendali (krisis, bencana alam, dll). Penggunaan *slack resources* dalam situasi diluar kendali dapat membantu menyelamatkan entitas dari kondisi terpuruk. Selain itu, entitas juga dapat membuat diskresi untuk memanfaatkan adanya *slack resources* salah satunya untuk melakukan kegiatan *Corporate social responsibility* (Hasanah & Maslichah, 2019).

Dewan merupakan salah satu sumber daya yang dimiliki suatu entitas. Adanya dewan menjadi representatif atas kepentingan pemegang saham dan *stakeholders* lainnya (Anggraeni & Djakman, 2017). Dewan yang dibentuk menjadi cerminan atas tata kelola entitas yang baik. Tata kelola entitas dimulai dengan terstrukturannya unsur-unsur di dalam perusahaan sehingga menghasilkan tata kelola yang efektif demi tercapainya tujuan entitas. Di dalam dewan tidak selalu di isi oleh laki-laki tetapi juga ada wanita. Adanya wanita yang tergabung dalam jajaran dewan direksi mencerminkan suatu perubahan, keragaman, dan peluang baru (Wicks, Gilbert, & Freeman, 1994). Wanita yang tergabung dalam dewan direksi juga mencerminkan telah terlaksanakannya prinsip kesetaraan dalam tata kelola (Curtis, Schmid, & Struber, 2012).

Wanita yang tergabung dalam dewan direksi dapat memberikan pemikiran dan masukan mengenai permasalahan yang terjadi di entitas. Salah satunya mengenai isu-isu lingkungan sosial dan komunikasi di sekitar entitas berdiri. Wanita biasanya lebih peka terhadap perubahan yang terjadi akibat munculnya permasalahan di sekitar sekiranya dapat lebih bertindak cepat dalam menangani permasalahan sehingga tidak mengganggu keberlangsungan hidup entitas. Komunikasi yang dilakukan wanita diharapkan dapat memberi pandangan baru sehingga dapat mempengaruhi kebijakan entitas salah satunya untuk dilaksanakannya *Corporate social responsibility*. Dilaksanakannya *Corporate social responsibility* juga dapat mempengaruhi reputasi entitas di mata public (Bear, Post, & Rahman, 2010).

Pengkomunikasian mengenai informasi entitas sangat penting dilakukan untuk memberitahukan kepada publik apa saja yang dilakukan entitas. Informasi tersebut memberikan manfaat kepada entitas dan juga pada pihak yang membutuhkan informasi tersebut. Kemudahan penginformasian akibat perkembangan teknologi membawa dampak yang amat luas. Salah satunya penginformasian mengenai *Corporate social responsibility* yang dimasukkan ke dalam *website* entitas. Komunikasi *Corporate social responsibility* melalui *website* mengurangi penggunaan kertas, mudah dan juga dapat meningkatkan reputasi entitas di mata masyarakat (Sparta & Rheadanti, 2007).

Dari paparan diatas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah *slack resources*, *feminisme* dewan direksi dan *media exposure* memengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*. Penelitian ini dilakukan pada entitas pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018. Data yang digunakan adalah laporan tahunan (*annual report*) atau laporan keberlanjutan (*sustainability report*) dengan metode sampel yaitu *purposive sampling*. Pada penelitian

ini, peneliti menggunakan standar pengungkapan *Corporate social responsibility* berdasarkan GRI *Standards. Global Reporting Initiative* atau GRI merupakan organisasi independen internasional yang memelopori pelaporan keberlanjutan dan juga tanggung jawab sosial entitas. Penjabaran mengenai *Corporate social responsibility* yang dikeluarkan oleh GRI memudahkan entitas di seluruh dunia untuk melakukan tanggung jawab sosial.

### **Tinjauan pustaka**

#### **Corporate Social Responsibility**

*Corporate Social Responsibility* dilakukan oleh entitas yang menyadari pentingnya menjaga keseimbangan antara entitas, masyarakat dan lingkungan. Dikenalkannya konsep *Triple Bottom Line* yaitu *profit, people* dan *planet* menjadi acuan entitas dalam beroperasi dan menjaga kepentingan *stakeholders* (Felisia & Limijaya, 2014). *Profit* yang dimiliki oleh entitas tidak selalu menjamin kelangsungan hidup entitas. *Profit* juga bisa didapatkan dari dukungan masyarakat di sekitar entitas. Adanya dukungan yang diperoleh, membantu entitas untuk tetap fokus terhadap tujuan yang ingin dicapai. Selain kepedulian entitas terhadap masyarakat, entitas juga harus mengutamakan karyawan. Kenyamanan, keselamatan, dan kesehatan karyawan merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan untuk terhindar dari resiko-resiko berbahaya. Terakhir yaitu adalah *planet*. Tempat berdirinya dan dilakukannya kegiatan operasional entitas pasti memberikan efek-efek tertentu terhadap lingkungan. Entitas harus tanggap untuk menghindari dan mencegah dampak negatif akibat kegiatan operasional entitas. Dari hal diatas, entitas dapat merasakan manfaat dari *Corporate social responsibility* seperti meningkatkan citra entitas, kemudahan memperoleh dana (pinjaman), mengembangkan dan memperkuat kerja sama serta lainnya (Cheng & Christiawan, 2011).

#### **Teori Stakeholders dan Corporate social responsibility**

Teori *stakeholders* adalah teori yang menjelaskan bahwa suatu entitas tidak memberikan manfaat kepada diri mereka atau pemegang saham tetapi juga memberikan manfaat kepada sekitar (*stakeholders*). Dalam hal ini *stakeholders* yang dimaksud terdiri atas pemegang saham, kreditur, supplier, pemerintah, masyarakat, dan pihak lainnya. Pemberian manfaat melalui pengungkapan informasi entitas lakukan untuk memenuhi kebutuhan informasi *stakeholders* serta mendapat dukungan dari *stakeholders* demi kelangsungan hidup suatu entitas (Lindawati & Puspita, 2015). Salah satu pemberian informasi oleh entitas yaitu pengungkapan informasi mengenai *Corporate social responsibility*.

Pengungkapan informasi *Corporate social responsibility* yang entitas lakukan dimaksudkan bukan hanya memberitahukan entitas yang peduli kepada lingkungan tetapi juga dimaksudkan untuk membantu terjalin hubungan dengan *stakeholders*. Teori *stakeholders* menjelaskan hubungan yang terjadi antara entitas dengan *stakeholders* merupakan hubungan yang saling mempengaruhi dan dipengaruhi (Trijaya & Riswandari, 2017). Teori *stakeholders* juga menjelaskan bahwa pengungkapan informasi dapat digunakan entitas sebagai alat untuk meminimalkan jarak antara kedua belah pihak (Lesmana & Tarigan, 2014). Pengungkapan informasi *Corporate social responsibility* yang entitas lakukan dapat memberikan efek kepada entitas dan juga *stakeholders* untuk saling bekerja sama demi tercapainya kepentingan entitas dan *stakeholders* itu sendiri.

#### **Teori Legitimasi**

Teori legitimasi merupakan suatu teori yang menjelaskan bahwa kegiatan operasional yang dilakukan entitas berorientasi keberpihakan kepada masyarakat. Keberpihakan entitas kepada masyarakat dianggap seperti menyamakan persepsi atau asumsi bahwa segala apapun yang dilakukan entitas sesuai dengan keinginan masyarakat (Sparta & Rheadanti, 2007). Keberpihakan ini dilakukan entitas untuk menjaga kelangsungan hidup entitas ditengah-tengah masyarakat dengan menaati nilai nilai, norma dan tidak terjadinya penyimpangan.

Ketika entitas menjalankan kegiatan operasionalnya, tidak selalu sesuai dengan rencana dan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh masyarakat. Terjadinya perbedaan, penyimpangan ataupun pelanggaran disebabkan oleh beberapa hal. Adanya fenomena di atas disebut sebagai *legitimacy gap*. *Legitimacy gap* dianggap sebagai kondisi dimana terjadinya ketidakselarasan antara entitas dengan harapan masyarakat yang disebabkan oleh beberapa hal (Grahovar, 2011). Adanya *legitimasi gap* memicu munculnya ketidakstabilan entitas terhadap lingkungan sekitar sehingga entitas berupaya untuk memulihkan keadaan seperti sedia kala seperti mengubah output, metode, tujuan, menyelaraskan baik dari entitas dan harapan masyarakat (Van der Laan, 2009).

### ***Feminist Ethical Theory***

Wicks et al (1994) teori *feminist ethical* merupakan teori yang menjelaskan wanita memiliki hubungan dengan entitas ditekankan pada hubungan kerja. Adanya wanita yang bekerja di suatu entitas ditambah berada di dalam jajaran dewan direksi merupakan suatu perubahan tatanan sosial dimana wanita mampu untuk melakukan sesuatu seperti apa yang dilakukan lelaki pada umumnya. Perubahan tatanan sosial tanpa terjadi diskriminasi antara wanita dan lelaki. Adanya wanita yang tergabung dalam jajaran dewan direksi dapat memberikan pandangan baru dalam berinovasi dan menciptakan pemikiran ke depannya yang membantu meningkatkan kinerja entitas di masa depan (Arfken, Bellar, & Helms, 2004).

Dengan peran wanita dalam jajaran dewan direksi dapat mempengaruhi pengambilan kebijakan entitas. Wanita tergabung di dewan direksi juga menambah reputasi entitas di mata publik yang menggambarkan bahwa wanita juga dapat mencapai *top level management* yang biasanya di isi oleh laki-laki. Meski tak dipungkiri masih banyak entitas yang dalam jajaran dewan direksinya belum tergabung atau tidak ada wanita. Baxter dan Wright (2000) menyebutkan hambatan yang dialami wanita dalam mencapai *top level manajement* disebut sebagai fenomena *Glass Ceiling*. *Glass ceiling* digambarkan sebagai kondisi dimana wanita yang memiliki kemampuan dan kriteria untuk menduduki jabatan dalam *top level manajement* terhambat dikarenakan sesuatu hal seperti wanita yang dianggap masih sebagai kelompok minoritas.

### **METODE**

Populasi penelitian ini adalah entitas pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018. Dengan menggunakan *purposive sampling*, sampel yang didapatkan sebanyak 20 entitas pertambangan batubara. Penggunaan kriteria metode *purposive sampling* pada penelitian ini sebagai berikut: .

Peusahaan pertambangan batubara yang terdaftar Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018; dan Entitas pertambangan batubara yang menyajikan informasi *Corporate social responsibility* di laporan tahunan (*annual report*) atau laporan keberlanjutan (*sustainability report*) periode 2016-2018

#### **Pengukuran variabel penelitian**

##### **Variabel dependen**

Variabel dependen pada penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate social responsibility*. Pencarian informasi mengenai pengungkapan *Corporate social responsibility* dilakukan peneliti di laporan tahunan atau *sustainability report* dengan memberikan ceklis kepada entitas yang mengungkapkan informasi *Corporate social responsibility* sesuai GRI Standards. Terdapat pilar pengungkapan yang digunakan peneliti sesuai GRI Standards yaitu pengungkapan umum (*general disclosures*), pendekatan manajemen (*management approach*), ekonomi (*economic*), lingkungan (*environmental*) dan sosial (*social*). Pemberian ceklis dilakukan untuk mengetahui jumlah pengungkapan *Corporate social responsibility* sesuai GRI Standards.

##### **Variabel independen**

###### *Slack resources*

*Slack resources* adalah kelebihan sumber daya yang dimiliki oleh suatu entitas. Arora dan Dharwadkar (2011) menyebutkan untuk menghitung *slack resources* entitas menggunakan high discretion slack sesuai dengan sumber daya yang entitas punya. Oleh karenanya penelitian ini menggunakan kas dan setara kas yang ditransformasikan menjadi logaritma natural (LN) kas dan setara kas sebagai *proxy slack resources*. Penggunaan logaritma natural (LN) kas dan setara kas dilakukan untuk menghindari adanya data *outlier* atau data pengganggu.

###### *Feminisme Dewan Direksi*

*Feminisme* dewan direksi pada penelitian ini diprosikan dengan menjumlah wanita yang tergabung dalam jajaran dewan direksi dibagi dengan total dewan direksi. Indikator perhitungan penelitian ini merujuk pada Anggraeni dan Djakman (2017), dan Hasanah dan Maslichah (2019).

###### *Media Exposure*

Penggunaan *website* yang dilakukan entitas untuk menyebarkan informasi kepada publik mengenai apa saja yang mereka lakukan. Hal ini dimaksudkan untuk memudahkan pengguna yang membutuhkan informasi terkait entitas. Pada penelitian ini perhitungan *media exposure* dilakukan dengan memberikan angka "1" kepada entitas yang mengungkapkan informasi *Corporate social*

*responsibility* dalam *website* entitas dan “0” pada entitas yang tidak mengungkapkan informasi *Corporate social responsibility* di dalam *website* entitas. *Proxy* ini merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Hasnia dan Rofingatun (2017), Sparta dan Rheadanti (2007) dan Trijaya dan Riswandari (2017).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 1.**  
Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	,033	,106		,309	,758
1	SR	,014	,004	,426	3,259	,002
	FDD	,115	,076	,182	1,524	,133
	ME	,022	,034	,087	,653	,516

Berdasarkan table hasil analisis regresi linier berganda, disusun persamaan dari faktor-faktor di atas yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yaitu  $CSR = 0,033 + 0,014SR + 0,115FDD + 0,022ME + e$ . Nilai konstanta 0,033 artinya pengungkapan *corporate social responsibility* sebesar 0,033 jika variabel independen lainnya bernilai nol. Jika nilai *slack resources* sebesar 0,014 meningkat 1 maka pengungkapan *corporate social responsibility* akan meningkatkan sebesar 0,014 dengan asumsi variabel lain konstan. Jika nilai *feminisme* dewan direksi sebesar 0,115 meningkat 1 maka pengungkapan *corporate social responsibility* akan meningkat sebesar 0,115 dengan asumsi variabel lain konstan. Jika nilai *media exposure* sebesar 0,022 meningkat 1 maka pengungkapan *corporate social responsibility* akan meningkat sebesar 0,022 dengan asumsi variabel lain konstan.

### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Uji R<sup>2</sup> digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen yaitu *slack resources* (SR), *feminisme* dewan direksi (FDD), dan *media exposure* (ME) menjelaskan variabel dependen yaitu pengungkapan *corporate social responsibility*.

**Tabel 2.**  
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,485 <sup>a</sup>	,235	,194	,06916

a. Predictors: (Constant), SR, FDD, ME

b. Dependent Variable: CSR

Berdasarkan table angka koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,235 atau 23,5%. Angka R Square sebesar 23,5% menunjukkan bahwa *slack resources* (SR), *feminisme* dewan direksi (FDD), dan *media exposure* (ME) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dengan sisa 76,5% (100% - 23,5%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti.

*Slack resources* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* karena nilai signifikan dari *slack resources* sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 maka H<sub>1</sub> diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa entitas pertambangan batubara mempunyai kelebihan sumber daya yang dapat digunakan untuk melakukan kegiatan *Corporate social responsibility* sehingga pengungkapan informasi *Corporate social responsibility* bisa dilaksanakan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni dan Djakman (2017) dan Hasanah dan Maslichah (2019).

*Feminisme* dewan direksi tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* karena nilai signifikan 0,133 lebih besar dari 0,05 maka H<sub>2</sub> ditolak. Dari hasil uji ini ditemukan bahwa peran wanita dalam jajaran dewan direksi untuk melakukan pelaksanaan *Corporate social responsibility* sangatlah kecil. Hal ini dapat dikarenakan karena jumlah wanita yang tergabung dalam jajaran dewan direksi masih sedikit atau ada beberapa entitas yang tidak memiliki wanita yang menjadi anggota dewan direksi.. Hasil penelitian ini sejalan dengan Anggraeni dan Djakman (2017) yang menyatakan bahwa *feminisme* dalam jajaran dewan direksi tidak berpengaruh terhadap

pengungkapan *Corporate social responsibility* akan tetapi hasil berbeda dari penelitian yang dilakukan oleh Hasanah dan Maslichah (2019) yang menyatakan bahwa feminisme dalam jajaran dewan direksi berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility*.

Media exposure tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* karena nilai signifikan 0,516 lebih besar 0,05 maka H3 ditolak. Tidak berpengaruhnya media karena beberapa entitas tidak mencantumkan informasi mengenai *Corporate social responsibility* di dalam website. Hal lain juga dapat disebabkan karena media yaitu website yang digunakan entitas tidak hanya untuk memberikan informasi mengenai *Corporate social responsibility* tetapi kepada informasi umum lainnya seperti laporan keuangan, laporan tahunan, informasi Rapat Umum Pemegang Saham dan lainnya. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nur dan Priantinah (2012) yang menyatakan bahwa media tidak berpengaruh terhadap *Corporate social responsibility* dan hasil berbeda ditemukan oleh Sparta dan Rheadanti (2007) yang menyatakan media berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility*.

Apakah seluruh variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Dimana Dalam penelitian ini variabel independen yaitu slack resources, feminisme dewan direksi dan media exposure secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hasil itu dibuktikan bahwa nilai signifikan sebesar 0,002 dari 0,05 yang menyatakan bawah slack resources, feminisme dewan direksi dan *media exposure* secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin banyak *slack resources*, *feminisme* dewan direksi dan *media exposure* maka akan semakin baik pula pengungkapan informasi mengenai *corporate social responsibility* yang dilakukan entitas pertambangan di Batubara.

## SIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk menguji apakah *slack resources*, *feminisme* dewan direksi dan *media exposure* pada pengungkapan *Corporate social responsibility*. Untuk melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan data yang dikeluarkan oleh entitas pertambangan batubara terdaftar di Bursa Efek Indonesia berupa laporan tahunan (*annual report*) atau laporan keberlanjutan (*sustainability report*) dengan periode 3 tahun dimulai dari 2016-2018.

Penelitian ini menemukan bahwa terdapat pengaruh antara *slack resources* terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility*. Entitas pertambangan batubara yang memiliki kelebihan sumber daya yang tinggi akan meningkatkan kegiatan *Corporate social responsibility* sehingga dapat menghasilkan informasi mengenai *Corporate social responsibility* yang berkualitas. Selain *slack resources*, ditemukan perbedaan hasil penelitian pada *feminisme* dewan direksi yang menyatakan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility*. Tidak berpengaruhnya *feminisme* dewan direksi dikarenakan jumlah wanita yang tergabung di dalam jajaran dewan direksi hanya sedikit atau bahkan ada entitas yang tidak memiliki wanita tergabung menjadi dewan direksi didalamnya sehingga peran wanita dalam dewan direksi dapat terhalangi. Terakhir *media exposure* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa entitas yang tidak mencantumkan informasi mengenai *Corporate social responsibility* di dalamnya. Selain itu di dalam *website* entitas tidak hanya mempublikasikan informasi *Corporate social responsibility* tetapi juga terdapat berbagai macam informasi didalamnya seperti laporan atau laporan keuangan dan informasi-informasi umum mengenai perkembangan entitas.

## DAFTAR PUSTAKA

- 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.
- Arfken, Bellar, & Helms. (2004). The Ultimate Glass Ceiling Revisited : The Presence of Women on Corporate Boards. *Journal of Business Ethics*, 50(1), 177–186. <https://doi.org/10.1023/B:BUSI.0000022125.95758.98> CITATIONS
- Arora, P., & Dharwadkar, R. (2011). Corporate Governance and Corporate Social Responsibility ( CSR ): The Moderating Roles of Attainment Discrepancy and Organization Slack. *Corporate*

- Governance: An International Review*, 19(2), 136–152. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8683.2010.00843.x>
- Baxter, J., & Wright, E. O. (2000). The glass ceiling hypothesis: A comparative study of the United States, Sweden, and Australia. *Gender and Society*, 14(2), 275–294. <https://doi.org/10.1177/089124300014002004>
- Bear, S., Post, C., & Rahman, N. (2010). The Impact of Board Diversity and Gender Composition on Corporate Social Responsibility and Firm Reputation Noushi Rahman. *Journal of Business Ethics*. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0505-2>
- Cheng, M., & Christiawan, Y. J. (2011). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Abnormal Return. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 13 (1), 24–36.
- Curtis, M., Schmid, C., & Struber, M. (2012). Gender Diversity and Corporate performance. *Credit Suisse*. © 2012 Credit Suisse GroupAG, (August), 32. Retrieved from richard.kersley@credit-suisse.com
- Felisia, & Limijaya, A. (2014). *Triple Bottom Line dan Sustainability*. 18 (1), 14–27. <https://doi.org/https://doi.org/10.26593/be.v18i1.827.%25p>
- George, G. (2005). Slack Resources and the Performance of Privately Held Firms. *The Academy of Management Journal*, 48 (4), 661–676. <https://doi.org/10.5465/AMJ.2005.17843944>
- Grahoar, M. (2011). The use of Corporate Responsibility reports – For managing legitimacy. *Goteborg School of Business, Economic, and Law*.
- Hasanah, I. L., & Maslichah, J. (2019). Slack Resources, Rapat Dewan Komisaris dan Feminisme Dewan Direksi Terhadap Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *E-JRA*, 08(11), 46–57.
- Hasnia, & Rofingatun, D. S. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Growth dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Akuntansi & Keuangan Daerah*, 12, 56–71.
- Lesmana, Y., & Tarigan, J. (2014). Pengaruh Sustainability Reporting Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Publik dari Sisi Asset Management Ratios. *Business Accounting Review*, 2 (1), 101–110.
- Lindawati, A. S. L., & Puspita, M. E. (2015). Corporate Social Responsibility : Implikasi Stakeholders dan Legitimacy Gap dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma (JAMAL)*, 6, 157–174. <https://doi.org/10.18202/jamal.2015.04.6013>
- Nur, M., & Priantinah, D. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapancorporate Social Responsibility Di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Berkategori High Profile Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia). *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 1(2). <https://doi.org/10.21831/nominal.v1i2.996>
- Pajaria, Y., Meutia, I., & Widiyanti, M. (2016). Pengaruh Diversitas Dewan Direksi dan Komisaris, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perusahaan Sektor Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Akuntabilitas : Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Akuntansi*, 10(2), 177–200.
- Pakpahan, Y., & Rajagukguk, L. (2018). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Jurnal Akuntansi*, 18(2).
- Sparta, & Rheadanti, D. K. (2007). Pengaruh Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perusahaan Manufaktur Terdaftar Di BEI. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 22 (1). <https://doi.org/10.34209/equ.v22i1.903>

- Trijaya, W., & Riswandari, E. (2017). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. *WAHANA* 20(2), 28–37.
- Van der Laan, S. (2009). The Role of Theory in Explaining Motivation for Corporate Social Disclosures: Voluntary Disclosures vs ‘ Solicited ’ Disclosures. *Australasian Accounting Business and Finance Journal*, 3(4), 15–29.
- Wicks, A. C., Gilbert, D. R., & Freeman, R. E. (1994). A Feminist Reinterpretation of The Stakeholder Concept. *Business Ethics Quarterly*, 4(4), 475–497. <https://doi.org/10.2307/3857345>