

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian Pengaruh *Slack Resources dan Media exposure* Terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)* dengan Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan sebagai Variabel Kontrol (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur 2020-2024). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui *Slack Resources dan Media exposure* Terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)* dengan Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan sebagai Variabel Kontrol

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori legitimasi dan teori *stakeholder*. *Slack resources* juga merupakan sumber daya berlebih aktual dan potensial perusahaan yang dapat digunakan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan kondisi karena tekanan internal atau eksternal. Sumber daya ini melebihi jumlah minimum yang diperlukan untuk menjaga operasi dan integritas perusahaan. *Exposure* adalah pemaparan tentang suatu informasi di beberapa media. Dalam mengungkapkan CSR nya, ada tiga media yang sering dipakai yakni internet /website perusahaan, koran, dan TV. *Media exposure* tidak hanya merupakan sekadar keberadaan dalam berbagai platform media, tetapi juga strategi yang terencana untuk memaksimalkan pengaruh perusahaan pada masyarakat. Di dalam konteks ini, media exposure dianggap sebagai elemen kunci untuk meningkatkan visibilitas dan reputasi perusahaan di mata publik. ukuran perusahaan dapat didefinisikan sebagai perbandingan seberapa besar atau kecilnya suatu entitas. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin baik sistem dan teknologi yang dimilikinya, dan semakin mudah bagi manajemen untuk menggunakan aktiva yang dimilikinya. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin baik sistem kinerjanya. Umur perusahaan adalah faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Umur perusahaan menggambarkan lamanya perusahaan tersebut berdiri dan berlangsungnya aktivitas usahanya

Metode penelitian ini adalah kuantitatif. Variabel dependen adalah *Corporate Social Responsibility*. Variabel independen penelitian ini adalah *slack resources* dan *media exposure* dengan variabel kontrol yaitu ukuran perusahaan dan umur perusahaan. Teknik penelitian ini adalah purposive sampling. Penelitian ini menggunakan data sekunder atau data keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Teknik analisis menggunakan uji statistik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji autokorelasi, dan model regresi data panel (*common effect, fixed effect dan random effect*). Pendekatan estimasi dalam refresi data panel menggunakan uji *chow* dan uji *hausman*. Penelitian ini menggunakan alat statistik *evies 12*. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 35 sampel. *Purposive sampling method* digunakan dalam penentuan sampel

Hipotesis penelitian ini adalah: H1 :Pengaruh *slack resources* terhadap *corporate social responsibility*. H2: Pengaruh *media exposure* terhadap *corporate social responsibility*. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis menunjukkan bahwa: (1) *Slack resources* tidak berpengaruh positif terhadap *Coorporate Social Responsibility (CSR)* (2) *Media exposure* tidak berpengaruh positif terhadap *Coorporate Social Responsibility (CSR)* (3) *Ukuran perusahaan* tidak berpengaruh positif terhadap *Coorporate Social Responsibility (CSR)* (4) *Umur perusahaan* berpengaruh positif terhadap *Coorporate Social Responsibility (CSR)*

Implikasi dari kesimpulan di atas yaitu Manajemen perusahaan disarankan lebih fokus pada pengungkapan CSR yang terperinci dan transparan agar dapat meningkatkan kepercayaan investor dan pemangku kepentingan lainnya. Secara akademis, penelitian CSR memperkaya kajian dalam bidang akuntansi, komunikasi dan manajemen serta dapat dijadikan dasar pengembangan penelitian lebih lanjut terkait factor-faktor yang mempengaruhi dan efektivitas CSR. Pengungkapan CSR lebih relevan sebagai strategi jangka panjang, karena perusahaan yang aktif melakukan CSR berpotensi memiliki reputasi yang lebih baik, meningkatkan kepercayaan, dan memberikan jaminan keamanan lebih kepada investor. Namun, reaksi investor terhadap pengungkapan beban CSR cenderung negatif jika dipandang sebagai pemborosan sumber daya yang berdampak pada laba perusahaan dan pengembalian investasi. Penelitian juga menyarankan agar investor meningkatkan pemahaman mengenai pentingnya aspek sosial dan tata kelola perusahaan (*good corporate governance/CG*) yang terkait dengan CSR. Ke depan, diharapkan CSR bisa menjadi salah satu

faktor pertimbangan utama dalam menilai risiko dan prospek perusahaan, tidak hanya berdasarkan indikator keuangan saja. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas sampel, menggunakan populasi atau indeks lain di BEI, serta memperpanjang periode pengamatan. Tujuannya adalah agar hasil penelitian lebih akurat dan dapat memprediksi secara lebih komprehensif pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Penting untuk menambah variabel lain seperti leverage, manajemen laba, ukuran perusahaan, dan profitabilitas, agar dapat memberikan gambaran lebih utuh mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pengungkapan CSR. Penelitian dapat diarahkan untuk meningkatkan motivasi perusahaan dan investor dalam memperhatikan dan mengungkapkan CSR, mendorong perubahan paradigma bahwa aktivitas sosial perusahaan juga penting bagi keberlanjutan dan daya tarik investasi di masa depan

Kata Kunci : Corporate Social Responsibility , Slack resources, media exposure, ukuran perusahaan dan umur perusah



Abstract

This study examines the influence of slack resources and media exposure on corporate social responsibility (CSR), with company size and age as control variables (a case study of a manufacturing company, 2020-2024). The purpose of this study is to determine the influence of slack resources and media exposure on corporate social responsibility (CSR), with company size and age as control variables.

The theories used in this study are legitimacy theory and stakeholder theory. Slack resources are a company's actual and potential excess resources that can be used to adapt to changing conditions due to internal or external pressures. These resources exceed the minimum required to maintain the company's operations and integrity. Exposure is the exposure of information in various media. Three media outlets are frequently used to disclose CSR: the internet/company website, newspapers, and television. Media exposure is not merely a presence on various media platforms, but also a planned strategy to maximize a company's influence on society. In this context, media exposure is considered a key element in increasing a company's visibility and reputation in the public eye. Company size can be defined as a comparison of how large or small an entity is. The larger the company, the better its systems and technology, and the easier it is for management to utilize its assets. The larger the company, the better its performance system. Company age is a factor that influences a company's performance in disclosing its social responsibility. Company age describes how long the company has been established and its business activities have been ongoing.

This research method is quantitative. The dependent variable is Corporate Social Responsibility. The independent variables are slack resources and media exposure, with company size and age as control variables. The research technique used purposive sampling. This study used secondary data or financial data from manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). The analysis technique used statistical tests, namely the normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, autocorrelation test, and panel data regression models (common effect, fixed effect, and random effect). The estimation approach in panel data regression used the Chow test and the Hausman test. This study used the eviies 12 statistical tool. The population in this study was manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The number of samples taken in this study was 35. The purposive sampling method was used in determining the sample.

The research hypothesis is: H1: The effect of slack resources on corporate social responsibility. H2: The Effect of Media Exposure on Corporate Social Responsibility

The research and analysis results show that: (1) Slack resources do not have a positive effect on Corporate Social Responsibility (CSR). (2) Media exposure does not have a positive effect on Corporate Social Responsibility (CSR). (3) Company size does not have a positive effect on Corporate Social Responsibility (CSR). (4) Company age has a positive effect on Corporate Social Responsibility (CSR).

The implications of the above conclusions are that company management is advised to focus more on detailed and transparent CSR disclosures to increase the trust of investors and other stakeholders. Academically, CSR research enriches studies in accounting, communication, and management and can serve as a basis for developing further research on the factors influencing and effectiveness of CSR. CSR disclosure is more relevant as a long-term strategy, as companies that actively engage in CSR have the potential to have a better reputation, increase trust, and provide greater security to investors. However, investor reaction to CSR disclosures tends to be negative if they are viewed as a waste of resources that impacts company profits and returns on investment. The study also suggests that investors should improve their understanding of the importance of social aspects and good corporate governance (CG) related to CSR. Going forward, it is hoped that CSR can become a key consideration in assessing a company's risks and prospects, beyond financial indicators alone. Future researchers are advised to expand the sample, use other populations or indexes on the IDX, and extend the observation period. The goal is to achieve more accurate research results and provide a more comprehensive prediction of the impact of CSR on company value. It is important to include other variables such as leverage, earnings management, company size, and profitability to provide a more comprehensive

picture of the factors influencing CSR disclosure. Research can be directed at increasing the motivation of companies and investors to pay attention to and disclose CSR, encouraging a paradigm shift that corporate social activities are also important for sustainability and future investment attractiveness.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Slack resources, media exposure, company size and company age

