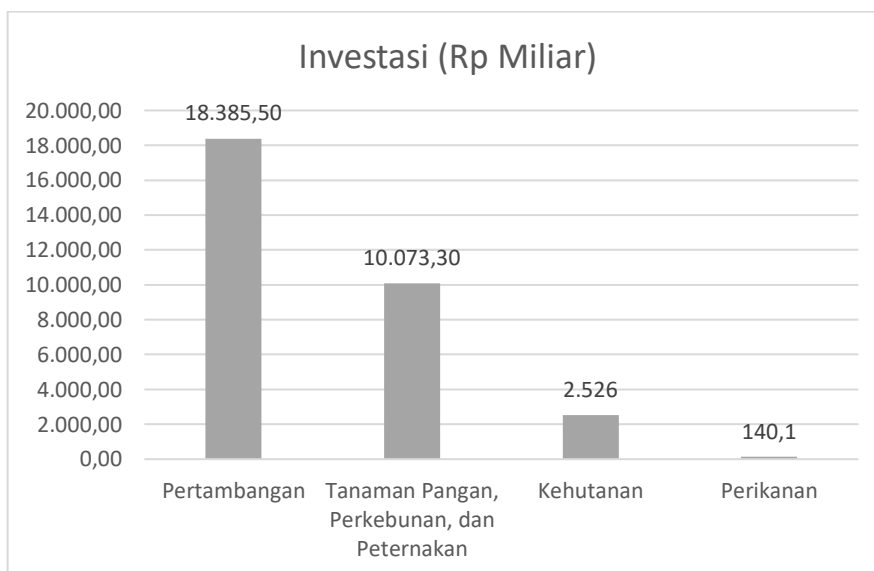


# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

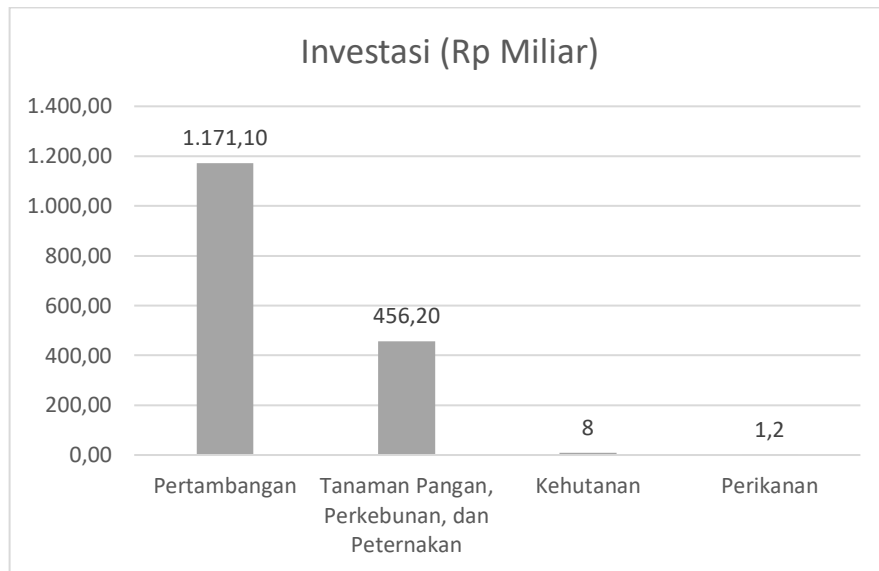
Sebagai negara dengan sumber daya alam yang melimpah, Indonesia memiliki berbagai macam usaha yang bergerak di bidang pengolahan sumber daya alam. Usaha tersebut banyak menarik investor untuk menanamkan modalnya. Berikut grafik yang menunjukkan realisasi penanaman modal para investor di sektor pengolahan sumber daya alam.



**Gambar 1. 1**

**Realisasi Penanaman Modal Dalam Negeri Triwulan I 2022**

*Sumber: [www.bkpm.go.id](http://www.bkpm.go.id) dan telah diolah penulis (2023)*



**Gambar 1. 2**

**Realisasi Penanaman Modal Asing Triwulan I 2022**

Sumber: [www.bkpm.go.id](http://www.bkpm.go.id) dan telah diolah penulis (2023)

Berdasarkan gambar 1.1 dan 1.2 dapat dilihat bahwa di antara berbagai sektor pengolahan sumber daya alam, sektor pertambangan memiliki nilai penanaman modal tertinggi senilai Rp18,3 Triliun penanaman modal dalam negeri dan Rp1,17 Triliun penanaman modal asing. Nilai penanaman modal tersebut memiliki perbedaan yang sangat signifikan dengan sektor sumber daya alam lainnya, seperti sektor tanaman pangan, perkebunan, dan peternakan yang memiliki nilai penanaman modal sebesar Rp10 Triliun penanaman modal dalam negeri dan Rp456 Miliar penanaman modal asing. Begitu pula dengan sektor kehutanan dan perikanan yang perbedaannya jauh lebih besar lagi.

Sejak tahun 2021, PT Bursa Efek Indonesia menerapkan klasifikasi sektor yang baru, yaitu *IDX Industrial Classification* atau *IDX-IC*. *IDX-IC* ini akan menggantikan klasifikasi sektor sebelumnya yaitu *Jakarta Stock Industrial Classification (JASICA)*. Di dalam *IDX-IC* perusahaan sektor pertambangan resmi diubah menjadi sektor energi. Perusahaan sektor pertambangan (energi) terbaru memiliki beberapa sub sektor, antara lain minyak & gas, batubara, pendukung minyak gas & batubara, peralatan energi alternatif, dan bahan bakar alternatif. Perusahaan sektor pertambangan (energi) juga identik dengan memiliki dampak

bagi lingkungan sekitar. Berbagai macam sub sektor tersebut bergerak langsung dalam mengolah sumber daya alam yang tentunya berdampak terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar.

Penanaman modal serta dampak operasional perusahaan sektor pertambangan (energi) sejalan dengan konsep *Triple Bottom Lines*. Hourneaux et al., (2018) mengungkapkan bahwa *Triple Bottom Lines* (TBL) menambahkan dimensi sosial dan lingkungan ke hasil ekonomi tradisional untuk mengukur kinerja perusahaan dari perspektif yang berkelanjutan. Tanggung jawab perusahaan dalam *Corporate Social Responsibility* dapat dilihat melalui konsep TBL. Kerangka TBL sendiri memiliki target tanggung jawab perusahaan melalui tiga nilai berupa ekonomi, sosial, dan lingkungan atau yang lebih dikenal sebagai 3P yaitu *People, Profit, and Planet* (Michael et al., 2019). Tingginya minat investor terhadap perusahaan sektor pertambangan (energi) masuk ke dalam nilai *Profit* sedangkan dampak operasional perusahaan sektor pertambangan (energi) masuk ke dalam nilai *People* dan *Planet*.

Pemaparan di atas merupakan alasan penulis memilih perusahaan sektor pertambangan (energi) sebagai objek penelitian untuk mengetahui apakah perusahaan sektor pertambangan (energi) yang sangat menarik minat investor dan operasionalnya memiliki dampak yang signifikan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar memiliki prospek yang baik dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

## **1.2 Latar Belakang Penelitian**

Indonesia merupakan salah satu negara dengan kekayaan sumber daya alam yang melimpah di dunia. Salah satu bukti nyata dari hal tersebut adalah banyaknya perusahaan yang bergerak di sektor pengolahan sumber daya alam. Operasional perusahaan sektor pengolahan sumber daya alam tentu saja memanfaatkan sumber daya alam untuk menciptakan produk yang mempunyai nilai jual yang akan menjadi sumber keuntungan perusahaan. Dampak dari operasional tersebut dapat langsung dirasakan oleh lingkungan dan masyarakat sekitar. Maka dari itu, perusahaan diharapkan untuk berpedoman kepada konsep *triple bottom line* yang pertama kali dikemukakan oleh Elkington pada tahun 1994. Konsep *triple bottom line* ini penting

dilakukan oleh perusahaan agar berfokus tidak hanya pada ekonomi perusahaan, tetapi perusahaan juga harus berfokus dalam kesadaran sosial dan lingkungan sekitarnya (Nayenggita et al., 2019). Sesuai dengan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 pasal 74 yang membahas tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas, UU tersebut berisi:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
2. Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

Berdasarkan Undang-Undang di atas dapat disimpulkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu hal yang sangat penting dan wajib dilakukan oleh perusahaan terutama perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang sumber daya alam.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang dikenal sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu bentuk tanggung jawab moral yang dilakukan oleh perusahaan kepada masyarakat sekitar wilayah tempat perusahaan menjalankan operasional perusahaannya dan juga kepada pemangku kepentingan (*stakeholder*). Perusahaan diharuskan untuk memiliki nilai moral yang tinggi. Nilai moral yang dimaksud adalah perusahaan perlu membangun hubungan baik antar sesama manusia dalam segala hal termasuk lingkungan bisnis (Ningsih & Suzan, 2021). *Corporate Social Responsibility* mementingkan perusahaan untuk bertindak etis dan memiliki kekhawatiran serta kepekaan terhadap masyarakat atas dampak dari operasional perusahaan pada lingkungan dan sosial. Menurut Yovana

& Kadir (2020), *Corporate Social Responsibility* merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan secara sukarela untuk meningkatkannya terhadap masalah yang terjadi di lingkungan dan sosial dan juga sebagai bentuk interaksi perusahaan dengan para *stakeholder*-nya.

*Corporate Social Responsibility* merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap pemangku kepentingan (*stakeholder*). Teori *stakeholder* merupakan teori yang menjabarkan peran individu atau sekelompok orang yang mempengaruhi atau dipengaruhi oleh kegiatan perusahaan dan menjadi tanggung jawab perusahaan yang mana perusahaan merupakan suatu entitas yang harus beroperasi tidak hanya untuk kepentingannya sendiri, melainkan harus memberi manfaat terhadap individu atau sekelompok yang disebut *stakeholder* (Sijum & Dewi, 2021). Maka dari itu, untuk menjaga hubungan baik dengan *stakeholder*, perusahaan akan berupaya untuk melakukan pengungkapan CSR dengan baik yang menjadi keinginan para *stakeholder* agar bisa mendapatkan legitimasi sehingga perusahaan mereka dapat diterima oleh masyarakat luas. Wardhani & Muid (2017) mengungkapkan bahwa aktivitas perusahaan dalam upaya mereka melaksanakan tanggung jawab sosial harus dilaporkan kepada *stakeholder* karena berdasarkan teori *stakeholder* segala operasi perusahaan dilakukan tidak hanya untuk kepentingan sendiri melainkan harus memberi manfaat kepada *stakeholder*.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat ditemukan di laporan keberlanjutan perusahaan (*sustainability report*). Terdapat sebuah organisasi yang memiliki pedoman bagi perusahaan dalam pelaporan keberlanjutan, organisasi tersebut dikenal sebagai *Global Reporting Initiative* (GRI). *GRI Standard* merupakan standar indikator terbaru yang diterbitkan oleh GRI pada akhir tahun 2016 untuk menggantikan Standar GRI G4 yang kemudian mulai efektif berlaku di Indonesia pada tahun 2018. *GRI Standard* memiliki total 149 butir item penilaian. *GRI Standard* sendiri dibagi menjadi 4 seri, yaitu seri 100, 200, 300, dan 400. Seri 100 menjabarkan standar universal yang terdiri dari GRI 101 (landasan), GRI 102 (pengungkapan umum) dan GRI 103 (pendekatan manajemen). Seri 200, 300 dan 400 menjabarkan tentang topik ekonomi, topik lingkungan, serta topik sosial (Global Reporting Initiative, 2020). Pada penelitian

ini penulis menggunakan *GRI Standard* sebagai indikator penilaian untuk mengukur pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Hardiansyah, Ketua Panitia Ahli Penghargaan CSR Indonesia 2008, menemukan lima masalah dalam pelaksanaan program CSR di Indonesia tahun 2009: kurangnya komitmen pimpinan dan pemilik perusahaan; perencanaan dan pelaksanaan program; pengawasan dan evaluasi program; dan dokumentasi pendukung. Meskipun kelima kelemahan ini tidak terjadi di setiap perusahaan, mereka adalah tanda-tanda umum yang dapat menjadi pelajaran untuk memperbaiki CSR di masa mendatang. Ini dilaporkan terkait dengan pemilihan sekitar dua puluh perusahaan untuk melakukan evaluasi CSR dalam hal sosial, ekonomi, dan lingkungan atau kombinasi dari ketiga aspek tersebut (D. P. Utami et al., 2017).

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan penulis, kualitas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan sektor pertambangan (energi) masih sangat rendah. Hanya terdapat beberapa perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR lebih dari 50% dari total indikator *GRI Standard* dan mayoritas hanya mengungkapkan sekitar 30-40% dari total indikator *GRI Standard*.

**Tabel 1. 1 Persentase Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perusahaan Sektor Pertambangan (Energi) Tahun 2017-2021**

Kode Perusahaan	Persentase Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>					
	2017	2018	2019	2020	2019	Rata-Rata
ADRO	40%	41%	40%	42%	42%	41%
AKRA	31%	45%	54%	51%	45%	45%
BIPI	40%	44%	44%	44%	44%	43%
BULL	36%	36%	36%	36%	36%	36%
BUMI	50%	51%	52%	52%	53%	52%
BYAN	36%	35%	35%	35%	35%	35%
DEWA	48%	48%	48%	48%	50%	48%
DSSA	31%	32%	44%	50%	50%	41%
ELSA	53%	48%	50%	51%	51%	51%
HITS	44%	52%	54%	54%	52%	51%
INDY	27%	28%	28%	34%	48%	33%

ITMG	52%	52%	52%	48%	46%	50%
LEAD	19%	19%	19%	19%	70%	30%
MBAP	34%	32%	32%	34%	34%	33%
PGAS	52%	52%	54%	57%	59%	55%
PTBA	56%	58%	59%	61%	60%	59%
RAJA	37%	42%	42%	43%	41%	41%
SOCI	32%	32%	32%	32%	45%	34%
TOBA	34%	36%	42%	44%	32%	37%

*Sumber: data diolah penulis (2023)*

Dapat diketahui bahwa rata-rata pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan sektor pertambangan (energi) tidak lebih dari 60%, hal ini menunjukkan rata-rata perusahaan sektor pertambangan (energi) hanya mengungkapkan sekitar 80-90 dari total 149 indikator *GRI Standard*. PT Gas Negara Tbk (PGAS) memiliki rata-rata pengungkapan tertinggi dengan nilai 59% yang berarti PGAS mengungkapkan rata-rata 88 dari 149 indikator pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan PT Logindo Samudramakmur Tbk (LEAD) memiliki rata-rata terendah dengan nilai 30%, PT Logindo mengungkapkan rata-rata 45 dari 149 indikator pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dilansir dari *Google Finance*, nilai saham LEAD telah menurun selama 5 tahun berturut-turut dan tetap stagnan. Hal ini disebabkan kurangnya kepercayaan investor terhadap kinerja PT Logindo Samudramakmur Tbk.

Selain itu, terdapat beberapa kasus perusahaan pertambangan (energi) yang melakukan penyimpangan terhadap lingkungan sekitar. Salah satu contoh kasus terjadi pada tahun 2018, limbah dari aktivitas tambang batubara PT Adaro Indonesia Tbk membuat ribuan ikan di keramba milik warga mati di sungai balangan di Desa Dahai, Kalimantan Selatan. Peternak ikan setempat mengatakan bahwa terdapat puluhan pemilik keramba ikan mengalami kerugian hingga puluhan juta dikarenakan ikan-ikan tersebut sudah siap panen. Kepala Desa Dahai telah menyampaikan protes warga setempat kepada PT Adaro Indonesia Tbk untuk mengatasi limbah tambang mereka dan mengganti rugi atas pencemaran sungai yang terjadi. Kejadian tersebut merupakan salah satu contoh kurangnya tanggung

jawab sosial terhadap limbah aktivitas perusahaan yang berdampak buruk pada lingkungan sekitar perusahaan (Nusantara, 2018). Amelia (2019) juga melaporkan bahwa Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) mencatat ada belasan perusahaan sektor pertambangan (energi) dan migas yang melakukan pencemaran lingkungan selama 2017-2018. Perusahaan-perusahaan tersebut pun terkena sanksi yang beragam.

Dapat disimpulkan dari fenomena di atas bahwa walaupun sudah ada Undang-Undang yang mengatur kewajiban pelaksanaan tanggung jawab sosial, masih banyak perusahaan terutama pada sektor pertambangan (energi) yang masih lalai dalam pelaksanaan serta pengungkapan tanggung jawab sosial mereka. Hal tersebut dapat mencerminkan reputasi negatif terhadap perusahaan tersebut (Yuanita & Muslih, 2019). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* seharusnya dilakukan oleh perusahaan tidak semata-mata untuk memenuhi kewajiban, tetapi karena konsep sebab akibat yang bisa diterapkan. Sesuai dengan teori *stakeholder*, perusahaan melakukan kegiatan operasionalnya tidak semata-mata hanya untuk kepentingan perusahaan itu sendiri, tetapi operasional tersebut juga harus menguntungkan *stakeholder* (Wardhani & Muid, 2017). Dengan melakukan pengungkapan CSR dengan baik tentu saja perusahaan akan dinilai positif bukan hanya oleh pihak *stakeholder* tetapi oleh masyarakat dan lingkungan sekitar juga. Sebaliknya, jika perusahaan tidak berusaha untuk melakukan pengungkapan CSR dengan baik tentu saja akan memberikan dampak dan kesan yang negatif baik dari pihak *stakeholder* maupun masyarakat dan lingkungan sekitar. Oleh karena itu, sangat penting bagi perusahaan dalam melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan baik. Berbagai macam fenomena yang telah dijelaskan tentu saja terjadi karena ada berbagai macam faktor yang bisa mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Berdasarkan referensi penelitian terdahulu ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR, antara lain profitabilitas, *slack resources* dan *media exposure*.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah profitabilitas (Wulandari & Zulhaimi, 2017). Menurut Alfani



& Muslih (2022), profitabilitas merupakan komponen perusahaan yang dapat menghasilkan laba berdasarkan penjualan, total aset, dan modal sendiri. Profitabilitas juga sering disebut sebagai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (Annisa & Muslih, 2022). Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi tentu saja akan menarik minat para investor untuk menanam saham di perusahaan mereka. Penelitian ini akan menggunakan proksi *Return on Asset* (ROA) untuk menghitung profitabilitas perusahaan. Rokhmah & Komariah (2017) menjelaskan bahwa ROA dapat digunakan untuk melihat keuntungan perusahaan dan bagaimana ROA dapat membantu perusahaan dalam mengelola asetnya agar dapat menjadi laba. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari & Zulhaimi (2017) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi juga akan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang lebih baik. Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Sahida et al. (2021) yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas sebuah perusahaan tidak menjadi alasan sebuah perusahaan dalam mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* mereka dengan baik.

Faktor selanjutnya adalah *slack resources* (Anggraeni & Djakman, 2017). *Slack resources* merupakan kelebihan sumber daya perusahaan yang dapat digunakan dalam kepentingan perusahaan (Badilah et al., 2021). Anggraeni & Djakman (2017) menjelaskan bahwa adanya pengungkapan CSR suatu perusahaan dapat didasari oleh *slack resources* dikarenakan perusahaan membutuhkan sumber daya yang cukup untuk melakukan pengungkapan CSR tersebut. Penelitian ini menggunakan proksi *high-discretion slack* dengan rumus  $SR = Ln \text{ Kas dan Setara Kas}$ . Penelitian yang dilakukan oleh Yuanita & Muslih (2019) menunjukkan bahwa *slack resources* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, hal tersebut menunjukkan bahwa banyaknya kelebihan sumber daya yang perusahaan miliki tidak membuat perusahaan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang baik. Penelitian ini tidak sejalan dengan

penelitian yang dilakukan Anggraeni & Djakman (2017) yang menunjukkan bahwa *slack resources* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, hal ini menunjukkan bahwa semakin besar kelebihan sumber daya yang perusahaan miliki maka semakin leluasa perusahaan dalam melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Faktor terakhir adalah *media exposure* (Widiastuti et al., 2018). *Media exposure* didefinisikan sebagai peristiwa atau kegiatan perusahaan yang memiliki dampak terhadap lingkungan dan sosial yang kemudian dipublikasikan oleh media (Widiastuti et al., 2018). Media dapat menjadi sarana penyedia informasi bagi perusahaan, *stakeholder*, serta masyarakat. Maka dari itu, perusahaan dapat menggunakan media sebagai sarana untuk publikasi dan sosialisasi perusahaan itu sendiri. Penelitian ini akan menggunakan media sosial Instagram untuk mengukur *media exposure* perusahaan. Dengan mempublikasikan kegiatan *Corporate Social Responsibility* di Instagram perusahaan dapat meningkatkan citra perusahaan di mata *stakeholder* dan juga masyarakat. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Widiastuti et al. (2018) menunjukkan bahwa *media exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perusahaan yang mempublikasikan atau dipublikasikan kegiatan tanggung jawab sosialnya ke media akan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang lebih baik. Penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Septyaweni & Cahyaningsih (2022) yang menunjukkan bahwa *media exposure* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Berdasarkan uraian di atas masih terdapat inkonsistensi dari beberapa hasil penelitian terdahulu. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji kembali pengaruh profitabilitas, *slack resources* dan *media exposure* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Maka dari itu, akan dilakukan proses penelitian dengan judul **“Pengaruh Profitabilitas, Slack Resources dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi pada Perusahaan Sektor Energi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021)”**.

### 1.3 Perumusan Masalah

Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dalam Pasal 74 ayat (1) menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan sebuah bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap keadaan sosial dan lingkungan. Adanya dampak sosial dan lingkungan merupakan masalah penting yang harus diselesaikan oleh perusahaan. Tidak hanya itu, investor juga melihat pengungkapan CSR sebuah perusahaan sebagai salah satu indikator keberlangsungan perusahaan. Oleh karena itu, pengungkapan CSR merupakan hal yang sangat penting yang harus dilakukan oleh perusahaan agar baik investor, *stakeholder* maupun masyarakat luas mengetahui seberapa besar kontribusi dan tanggung jawab sebuah perusahaan terhadap *stakeholder*, lingkungan, masyarakat, investor, dan semua pihak yang terkait dengan perusahaan.

Tingginya kesadaran perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)* akan mendorong pengungkapan CSR yang mereka lakukan terutama pada perusahaan sektor pertambangan (energi) sebagai objek penelitian ini, yang mana perusahaan sektor pertambangan (energi) identik dengan memiliki dampak bagi lingkungan sekitar akibat operasional perusahaan, sayangnya rata-rata perusahaan sektor pertambangan (energi) hanya mengungkapkan kurang dari 60% indikator pengungkapan CSR dari *GRI Standard* pada periode 2017-2021. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* perusahaan, yaitu profitabilitas, *slack resources* dan *media exposure*. Dikarenakan terdapat inkonsistensi pada hasil penelitian-penelitian sebelumnya, masih relevan bagi peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan maka pertanyaan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana profitabilitas, *slack resources*, *media exposure* dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor pertambangan (energi) yang terdaftar di BEI periode 2017-2021?
2. Apakah profitabilitas, *slack resources* dan *media exposure* berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor pertambangan (energi) yang terdaftar di BEI periode 2017-2021?
3. Apakah profitabilitas secara parsial berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor pertambangan (energi) yang terdaftar di BEI periode 2017-2021?
4. Apakah *slack resources* secara parsial berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor pertambangan (energi) yang terdaftar di BEI periode 2017-2021?
5. Apakah *media exposure* secara parsial berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor pertambangan (energi) yang terdaftar di BEI periode 2017-2021?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas terdapat tujuan penelitian yang searah dengan rumusan masalah. Berikut tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk mengetahui profitabilitas, *slack resources*, *media exposure* dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor pertambangan (energi) yang terdaftar di BEI periode 2017-2021.
2. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, *slack resources* dan *media exposure* secara simultan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor pertambangan (energi) yang terdaftar di BEI periode 2017-2021.
3. Untuk mengetahui apakah profitabilitas secara parsial berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor pertambangan (energi) yang terdaftar di BEI periode 2017-2021.
4. Untuk mengetahui apakah *slack resources* secara parsial berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada

perusahaan sektor pertambangan (energi) yang terdaftar di BEI periode 2017-2021.

5. Untuk mengetahui apakah *media exposure* secara parsial berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor pertambangan (energi) yang terdaftar di BEI periode 2017-2021.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Aspek Teoritis**

Hasil penelitian diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan mengenai profitabilitas, *slack resources*, *media exposure*, serta *Corporate Social Responsibility*. Diharapkan juga penelitian ini dapat dijadikan referensi dan penunjang bagi penelitian selanjutnya.

### **1.5.2 Aspek Praktis**

1. Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu investor sebagai objek pertimbangan dan acuan dalam melakukan penanaman modal atau investasi.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam memberikan pemahaman lebih dalam tentang pentingnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

## **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Sistematika penulisan tugas akhir dari Bab I sampai Bab V dipaparkan sebagai berikut:

### **a. BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini mencakup gambaran umum objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

### **b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi kajian teoritis yang berisi landasan yang memaparkan mengenai konsep teori *stakeholders*, pengertian *Corporate Social*

*Responsibility*, profitabilitas, *slack resources*, serta *media exposure*. Bab ini juga meliputi hasil dari penelitian-penelitian terdahulu yang menjadi acuan dasar penelitian ini.

**c. BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas metode dan teknik yang akan digunakan dalam penelitian, sumber dan jenis data penelitian, teknik pengambilan sampel, populasi, teknik pengumpulan data, sumber data, instrumen yang akan digunakan, serta teknik yang akan digunakan dalam proses penganalisisan data.

**d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas mengenai pembahasan dan analisis dari hasil penelitian yang dapat menjelaskan gambaran dari variabel sesuai dengan metode yang telah digunakan.

**e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini membahas kesimpulan dan hasil penelitian yang akan menjawab pertanyaan penelitian, serta saran kepada berbagai pihak yang berkaitan dengan topik penelitian.