



**PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN,  
DAN AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP PENGUNGKAPAN  
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)***

*THE EFFECT OF PROFITABILITY, COMPANY SIZE, AND TAX  
AGGRESSIVENESS ON THE CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY (CSR) DISCLOSURE*

**SKRIPSI**

Oleh:

**ANNISA DHAMAYANTI**

**NIM 170810301143**

**JURUSAN AKUNTANSI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS JEMBER**

**2020**



**PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN,  
DAN AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP PENGUNGKAPAN  
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)***

*THE EFFECT OF PROFITABILITY, COMPANY SIZE, AND TAX  
AGGRESSIVENESS ON THE CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY (CSR) DISCLOSURE*

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

Oleh:

**ANNISA DHAMAYANTI**

**NIM 170810301143**

**JURUSAN AKUNTANSI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS JEMBER**

**2020**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN**  
**UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**SURAT PERNYATAAN**

Nama : Annisa Dhamayanti  
NIM : 170810301143  
Jurusan : Akuntansi  
Judul Skripsi : Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Agresivitas Pajak terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 02 November 2020

Yang menyatakan,



Annisa Dhamayanti

NIM. 170810301143

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN  
PERUSAHAAN, DAN AGRESIVITAS PAJAK  
TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY (CSR)  
Nama Mahasiswa : Annisa Dhamayanti  
NIM : 170810301143  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jurusan : Akuntansi  
Tanggal Persetujuan : 23 November 2020

Pembimbing I,



Dr. Ririn Irmadariyani, M.Si., Ak.

NIP. 19670102 199203 2002

Pembimbing II,



Indah Purnamawati, S.E., M.Si., Ak.

NIP. 19691011 199702 2001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi S1 Akuntansi



Dr. Agung Budi Sulistiyo, S.E., M.Si., Ak., CA.

NIP. 19780927 200112 1002

**JUDUL SKRIPSI**

**PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, DAN  
AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP PENGUNGKAPAN  
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)  
(Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan dan Pertanian di Bursa  
Efek Indonesia Periode 2018-2019)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**Nama : Annisa Dhamayanti**  
**NIM : 170810301143**  
**Jurusan : Akuntansi**

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

**07 Desember 2020**

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

**Susunan Panitia Penguji**

**Ketua : Drs. Sudarno, M.Si., Ak.**  
196012251989021001  
**Sekretaris : Dewi Ayu Puspita, S.E., M.SA., Ak.**  
198602162015042003  
**Anggota : Resha Dwi Ayu P.M, S.E., M.A., Ak.**  
760018023

(.....)  
  
(.....)  
  
(.....)  




Mengetahui/Menyetujui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Jember

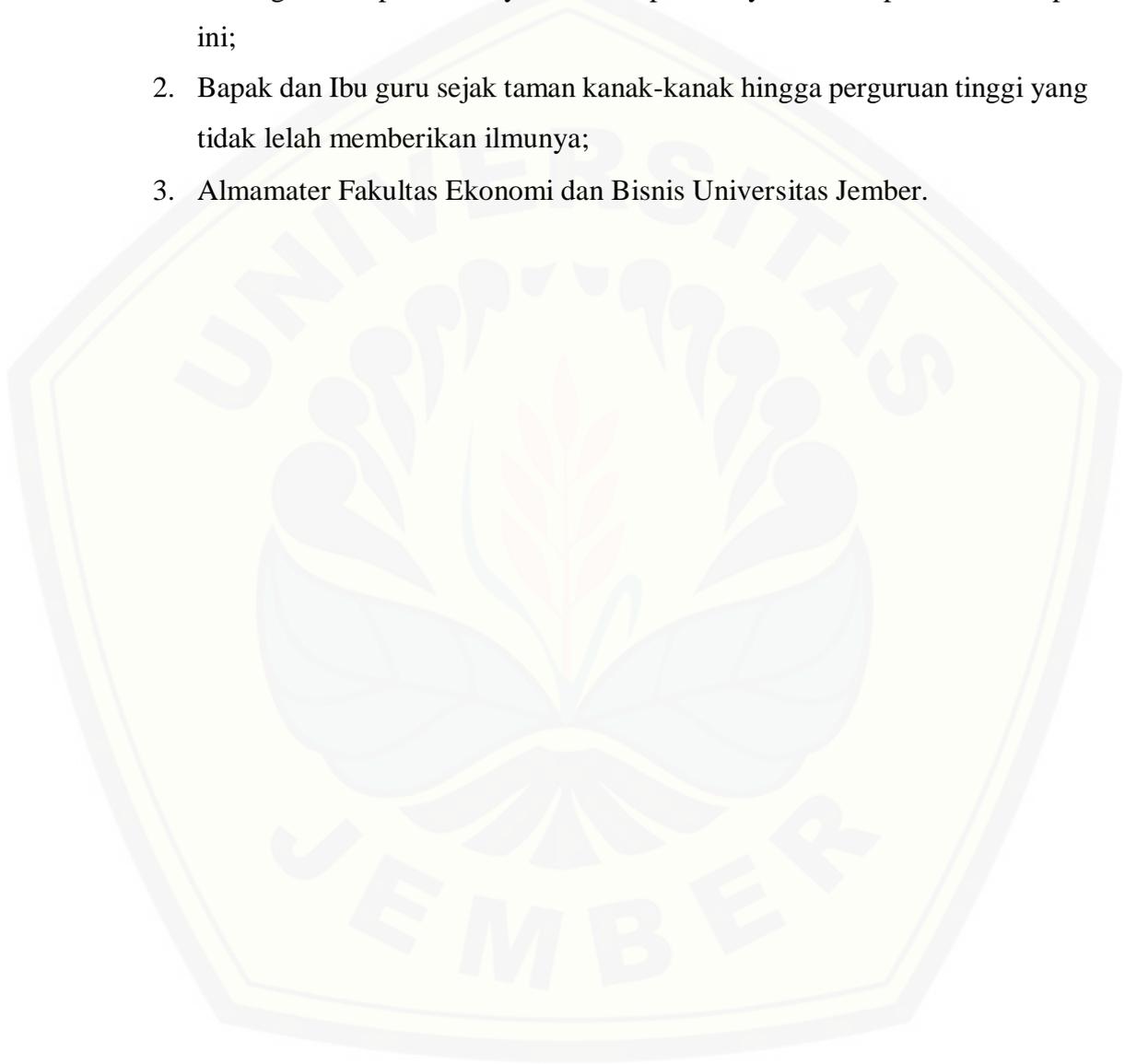


**Prof. Dr. Istifadah, M.Si.**  
NIP. 196610201990022001

**PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ayah dan Ibu tercinta yang tidak henti-hentinya memberikan do'a, dukungan dan perhatiannya untuk dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini;
2. Bapak dan Ibu guru sejak taman kanak-kanak hingga perguruan tinggi yang tidak lelah memberikan ilmunya;
3. Almamater Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.



**MOTO**

”Semakin tinggi mimpi yang kamu punya, semakin besar pencapaian yang akan kamu dapat.”

(Michael Phelps)

“Jangan pernah menyerah, karena ada tempat dan saat di mana ombak paling tinggi sekalipun akan berbalik arah.”

(Harriet Beecher Stowe)

...

## RINGKASAN

**Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Agresivitas Pajak terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR);** Annisa Dhamayanti; 170810301143; 2020; 71 halaman; Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

Di era sekarang ini, perusahaan dituntut untuk terus berkompetisi agar dapat mempertahankan usahanya. Meskipun tujuan utama perusahaan yaitu untuk mendapatkan laba yang maksimal, bukan berarti perusahaan dapat mengabaikan kepentingan-kepentingan lainnya. Perusahaan juga perlu untuk memberi perhatian terhadap aspek sosial dan lingkungan di sekitar perusahaan tersebut beroperasi agar perusahaan dapat bertahan dalam jangka panjang. Tanggung jawab sosial lingkungan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai suatu alat komunikasi antara perusahaan dengan kelompok pemangku kepentingan mengenai dampak yang ditimbulkan dari aktivitas ekonomi perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR, (2) menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR, dan (3) menganalisis pengaruh agresivitas pajak terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk perusahaan yang menjalankan program CSR, pemerintah khususnya Direktorat Jenderal Pajak, dan masyarakat.

Fokus penelitian ini adalah 16 perusahaan pertambangan dan pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2019. Data yang digunakan adalah data sekunder yaitu data yang bersumber dari laporan tahunan atau laporan berkelanjutan perusahaan dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan *software SPSS 24*.

Hasil analisis menunjukkan bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Asset (ROA)* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, ukuran perusahaan (*SIZE*) yang dihitung menggunakan

logaritma natural dari total penjualan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), sedangkan agresivitas pajak yang diproksikan dengan *Effective Tax Rate* (ETR) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).



## SUMMARY

**The Effect of Profitability, Company Size, and Tax Aggressiveness on Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure;** Annisa Dhamayanti,; 170810301143; 2020; 71 pages; Department of Accounting; Faculty of Economics and Business; University of Jember

In today's era, companies are required to continue to compete in order to maintain their business. Although the main goal of the company is to get maximum profit, it does not mean that the company can ignore other interests. Companies also need to pay attention to the social and environmental aspects around which the company operates so that the company can survive in the long term. Environmental social responsibility or Corporate Social Responsibility (CSR) as a means of communication between companies and stakeholder groups regarding the impact of the company's economic activities. This study aims to: (1) analyze the effect of profitability on CSR disclosure, (2) analyze the effect of company size on CSR disclosure, and (3) analyze the effect of tax aggressiveness on CSR disclosure. The results of this study are expected to be useful for companies that run CSR programs, the government, especially the Directorate General of Taxes, and the public.

The focus of this research is 16 mining and agricultural companies listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) 2018-2019. The data used is secondary data, namely data sourced from annual reports or company sustainability reports with the sampling technique used is purposive sampling. The data analysis used multiple linear regression analysis with SPSS 24 software.

The results of the analysis show that profitability proxied by Return on Assets (ROA) affects the disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR), company size (SIZE) which is calculated using the natural logarithm of total sales affects the disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR), while tax aggressiveness which is proxied by the Effective Tax Rate (ETR) has no effect on disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR).

## PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan karunian-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Agresivitas Pajak terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Istifadah, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember
2. Dr. Agung Budi Sulistiyo, S.E., M.Si., Ak., CA., selaku Ketua Jurusan S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember
3. Dr. Ririn Irmadariyani, M.Si., Ak., selaku Dosen Pembimbing Utama dan Indah Purnamawati S.E., M.Si., Ak., selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah banyak meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian dalam penulisan skripsi ini
4. Drs. Sudarno, M.Si., Ak., Dewi Ayu Puspita, S.E., M.SA., Ak., dan Resha Dwi Ayu P. M., S.E., M.A., Ak., selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan bimbingannya untuk memperbaiki penyusunan skripsi ini
5. Dr. Ahmad Roziq, S.E., M. M., Ak., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing penulis selama menjadi mahasiswa
6. Bapak Ibu Dosen Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember
7. Ayah dan Ibu serta seluruh keluarga yang telah memberikan do'a dan dukungannya untuk menyelesaikan skripsi ini
8. Teman-teman Jurusan Akuntansi angkatan 2017 yang telah memberi semangat dan dukungannya dalam menyelesaikan skripsi ini

9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu

Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekuarangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak.

Jember, 07 Desember 2020

Penulis

**DAFTAR ISI**

	Halaman
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	v
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>MOTO</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xviii
 <b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1. 1 Latar Belakang Masalah.....	1
1. 2 Rumusan Masalah.....	8
1. 3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
 <b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 Teori Legitimasi .....	11
2.1.2 Teori Stakeholder .....	13
2.1.3 Corporate Social Responsibility (CSR) .....	14
2.1.4 Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR).....	16
2.1.5 Profitabilitas .....	18
2. 1. 6Ukuran Perusahaan .....	19
2. 1. 7Agresivitas Pajak .....	20
2. 2 Penelitan Terdahulu .....	21
2.3 Kerangka Konseptual.....	26
2. 4 Perumusan Hipotesis.....	27
2. 4. 1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) .....	27

2. 4. 2 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR).....	29
2. 4. 3 Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR).....	30

### **BAB 3. METODE PENELITIAN**

3.1 Jenis Penelitian .....	33
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	33
3.3 Sumber Data .....	34
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	34
3.4.1 Variabel Independen .....	34
3.4.2 Variabel Dependen .....	36
3.5 Analisis Data .....	37
3.5.1 Statistik Deskriptif .....	37
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	37
3.5.3 Uji Hipotesis.....	39
3. 6 Kerangka Pemecahan Masalah.....	41

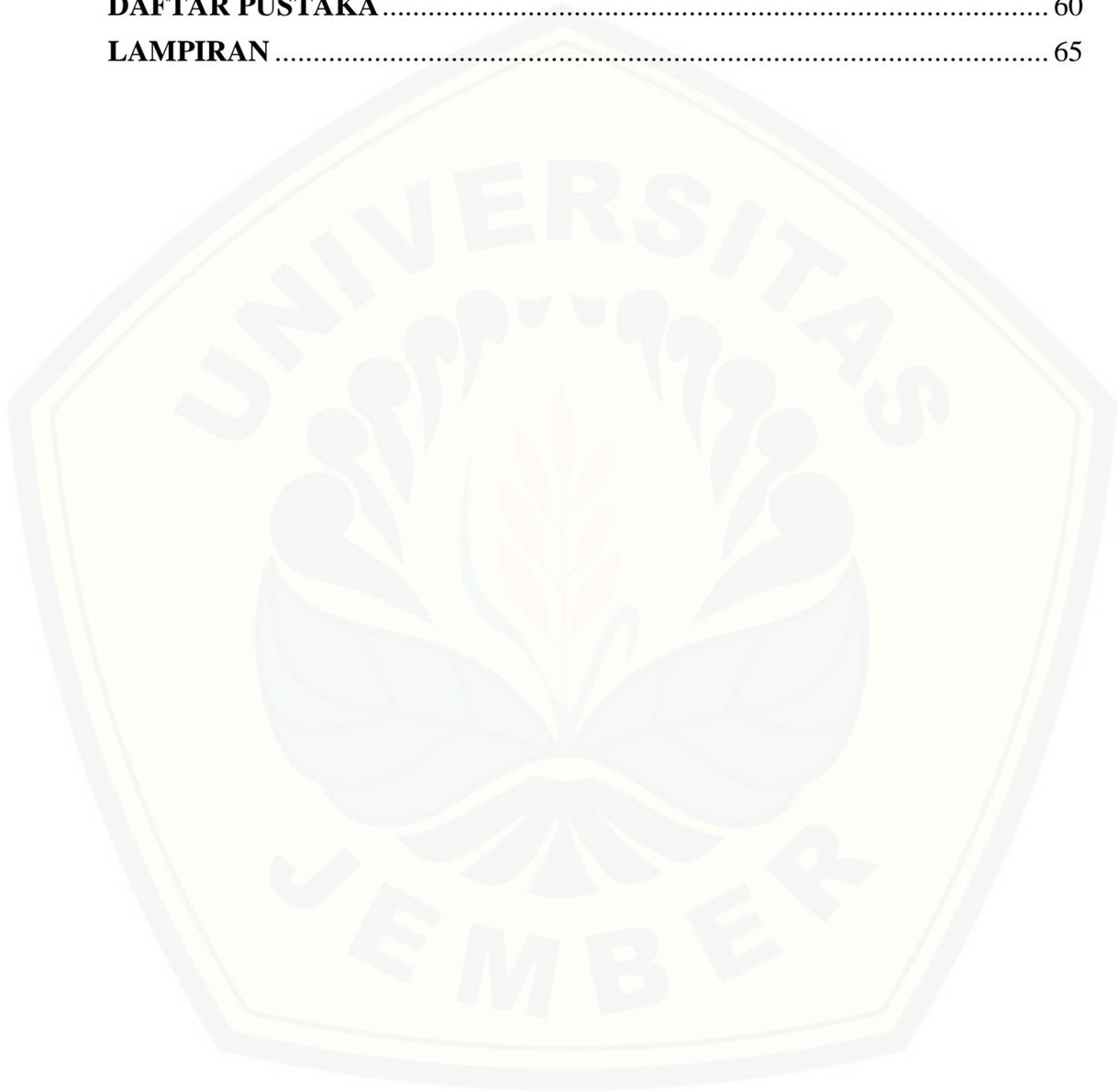
### **BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4. 1 Deskripsi Objek Penelitian.....	42
4. 2 Analisis Data .....	45
4. 2. 1 Analisis Statistik Deskriptif .....	45
4. 2. 2 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	46
4. 3 Pembahasan .....	54
4. 3. 1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) .....	54
4. 3. 2 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR).....	55
4. 3. 3 Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility .....	57

### **BAB 5. PENUTUP**

5. 1 Kesimpulan.....	58
5. 2 Keterbatasan Penelitian.....	60

5. 3 Saran .....	60
5. 3. 1 Untuk peneliti selanjutnya.....	60
5. 3. 2 Untuk Perusahaan .....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>60</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>65</b>

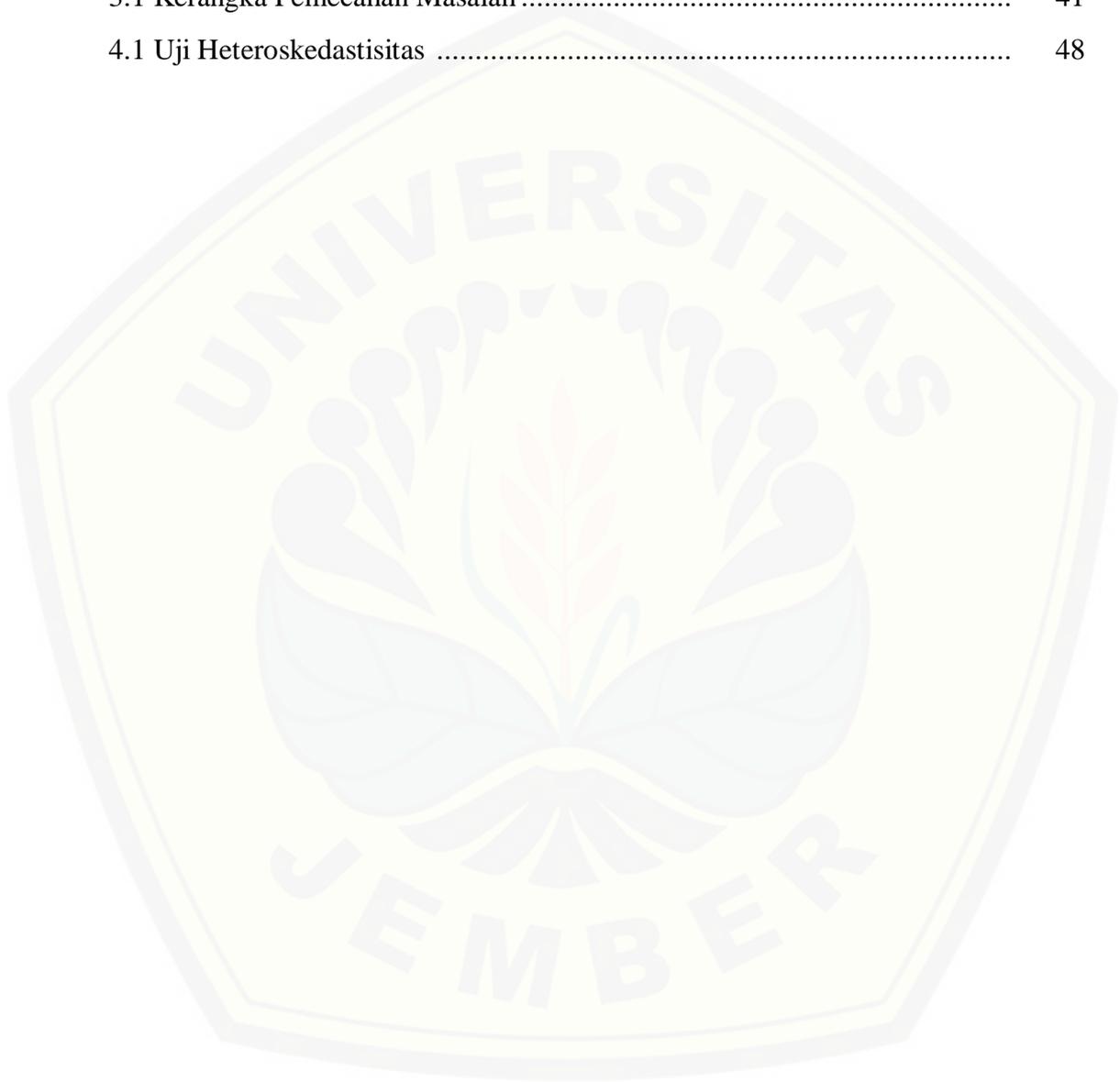


**DAFTAR TABEL**

	Halaman
2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	23
4.1 Penentuan Jumlah Sampel Penelitian .....	43
4.2 Daftar Perusahaan .....	44
4.3 Analisis Statistik Deskriptif.....	45
4.4 Hasil Uji Normalitas .....	46
4.5 Hasil Uji Multikolinearitas .....	47
4.6 Hasil Uji Autokorelasi.....	49
4.7 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	50
4.8 Hasil Uji Parameter Individual (Uji t).....	51
4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	52

**DAFTAR GAMBAR**

	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual .....	26
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah .....	41
4.1 Uji Heteroskedastisitas .....	48



**DAFTAR LAMPIRAN**

	Halaman
Lampiran 1 GRI <i>Standards</i> .....	65
Lampiran 2 Perhitungan ROA.....	70
Lampiran 3 Perhitungan Ukuran Perusahaan.....	71
Lampiran 4 Perhitungan ETR.....	72
Lampiran 5 Checklist CSR .....	73
Lampiran 6 Hasil Statistik Deskriptif .....	74
Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas .....	74
Lampiran 8 Hasil Uji Multikolinearitas .....	75
Lampiran 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	75
Lampiran 10 Hasil Uji Auto Korelasi.....	76
Lampiran 11 Hasil Uji t .....	76
Lampiran 12 Hasil Uji f .....	77
Lampiran 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	77

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perusahaan dapat dikatakan sebagai suatu bentuk organisasi yang berada di tengah-tengah masyarakat dan memiliki hubungan timbal balik yang menghasilkan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi suatu negara. Hubungan timbal balik tersebut dapat dilihat dari adanya hubungan yang saling menguntungkan antara para pemangku kepentingan, seperti menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat, memenuhi kebutuhan masyarakat dengan produk atau jasa yang dihasilkan, serta membayar pajak kepada pemerintah. Hubungan timbal balik seperti ini tidaklah cukup untuk menciptakan nilai jangka panjang bagi suatu perusahaan. Menurut Hamdani (2016), suatu perusahaan harus menyeimbangkan kepentingan semua pemangku kepentingan untuk bekerja sama dan menjaga citra perusahaan agar perusahaan dapat bertahan dalam jangka panjang.

Di era sekarang ini, perusahaan dituntut untuk terus berkompetisi agar dapat mempertahankan usahanya. Meskipun tujuan utama perusahaan yaitu untuk mendapatkan laba yang maksimal, bukan berarti perusahaan dapat mengabaikan kepentingan-kepentingan lainnya. Perusahaan juga perlu untuk memberi perhatian terhadap aspek sosial dan lingkungan di sekitar perusahaan tersebut beroperasi agar perusahaan dapat bertahan dalam jangka panjang. Gandhi dan Monica (2015), menyatakan bahwa suatu perusahaan tidak semata-mata berkontribusi terhadap kinerja ekonomi saja, melainkan juga berkontribusi dalam memecahkan masalah yang dapat menimbulkan ancaman dan risiko bagi keberlangsungan perusahaan baik dalam bidang ekonomi, sosial, maupun lingkungan.

Keberadaan perusahaan di tengah-tengah masyarakat dapat menimbulkan dampak positif maupun negatif. Adanya perusahaan, di satu sisi masyarakat akan lebih mudah mendapatkan barang atau jasa yang dibutuhkan. Namun di sisi lain, adanya perusahaan juga dapat menimbulkan kerusakan baik kerusakan lingkungan maupun kerusakan sosial apabila dalam menjalankan kegiatan operasionalnya tidak disertai dengan suatu bentuk pertanggungjawaban.

Terjadinya pencemaran lingkungan yang disebabkan karena perusahaan tidak melakukan pengolahan limbah dengan benar merupakan salah satu bentuk kerusakan lingkungan yang dapat menimbulkan masalah sosial karena adanya protes dari masyarakat setempat atas dampak yang ditimbulkannya. Salah satu bentuk pertanggungjawaban terhadap aspek sosial dan lingkungan yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan mengimplementasikan program *Corporate Social Responsibility* serta mengungkapkannya dalam bentuk laporan tahunan atau laporan berkelanjutan.

Di Indonesia, implementasi *Corporate Social Responsibility* diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (yang selanjutnya disebut sebagai UU PT) bersama dengan peraturan pelaksanaannya yaitu Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan dari Perseroan Terbatas (yang selanjutnya disebut sebagai PP CSR).. Undang-Undang tersebut mengharuskan setiap perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Bagian ini juga menjelaskan tujuan konsep CSR, yaitu “Untuk terus menciptakan hubungan perusahaan yang harmonis, seimbang, dan tepat dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat”.

Perusahaan sektor pertambangan dan sektor pertanian merupakan contoh perusahaan yang aktivitasnya berhubungan langsung dengan sumber daya alam. Sehingga perusahaan tersebut berkewajiban untuk menjalankan program CSR. Keseluruhan kegiatan operasional perusahaan pertambangan dan pertanian dapat menimbulkan dampak positif maupun negatif khususnya bagi masyarakat sekitarnya. Kerusakan lingkungan yang diakibatkan dari pembukaan lahan untuk area tambang ataupun area pertanian dapat menyebabkan hilangnya kemampuan lahan tersebut dalam menyerap air. Limbah hasil pertambangan dan pertanian yang tidak dikelola sebagaimana mestinya juga dapat menyebabkan pencemaran air maupun lingkungan. Jalan-jalan rusak karena seringnya dilewati oleh kendaraan berat. Dampak negatif seperti ini apabila dibiarkan maka akan merugikan

perusahaan sendiri. Perusahaan yang berdiri tanpa dukungan masyarakat setempat tidak mungkin akan bertahan lama, karena masyarakat yang menerima dampak negatif dari adanya perusahaan akan melakukan tindakan-tindakan yang berujung penolakan. Dengan demikian, perusahaan dituntut untuk menjalankan tanggung jawabnya terhadap lingkungan sosial serta mengungkapkannya dalam bentuk laporan tahunan atau laporan berkelanjutan perusahaan sebagai bentuk transparansi atas tanggung jawab yang sudah dilaksanakan.

Meskipun pelaksanaan CSR telah diatur secara hukum, masih terdapat kasus-kasus di mana perusahaan kurang memerhatikan tanggung jawabnya terhadap kondisi sosial dan lingkungannya. Seperti dikutip dari [www.mongabay.co.id](http://www.mongabay.co.id) (2020), warga kampung Garusa (Jayapura) dan Kapitiau (Sarmi), Papua mengeluhkan soal pencemaran sungai dan pemenuhan kebun plasma kepada PT. Rimba Matoa Lestari yang merupakan perusahaan pengolahan kelapa sawit. Kemudian, penelitian oleh *Human Rights Watch* terhadap dua perkebunan kelapa sawit terbesar di Kalimantan Barat dan Jambi yaitu PT. Ledo Lestari dan PT. Sari Aditya Loka menemukan bahwa kegiatan operasional kedua perusahaan tersebut belum mematuhi peraturan nasional dan standar-standar HAM internasional yang berkaitan dengan pelanggaran hak-hak masyarakat adat ([www.hrw.co.id](http://www.hrw.co.id), 2019)

Demikian juga kasus berskala nasional bahkan internasional adalah kasus yang terjadi di PT. Newmont Nusa Tenggara (NNT). Kegiatan penambangan di perusahaan ini banyak mendapat tantangan dari masyarakat. Hal ini disebabkan dampak dari aktivitas penambangan selain menyebabkan pencemaran, mengganggu ekosistem juga melanggar hak kepemilikan tanah masyarakat adat (Lelisari, 2018). Kemudian Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (Kementerian LHK) mencatat lebih dari 500 perusahaan yang bergerak di sektor pertambangan, minyak, dan gas diberi sanksi karena melakukan pelanggaran terhadap lingkungan ([www.economy.okezone.com](http://www.economy.okezone.com), 2019).

Banyaknya kasus mengenai pelanggaran lingkungan dan sosial yang diakibatkan oleh kegiatan operasional perusahaan, terutama perusahaan yang

kegiatannya berkaitan dengan sumber daya alam maka luas pengungkapan CSR oleh perusahaan menjadi hal yang sangat penting. Pentingnya pelaksanaan CSR dalam menciptakan keseimbangan pembangunan, sayangnya, tidak sepenuhnya diterapkan pada setiap perusahaan di Indonesia, padahal pernyataan tersebut telah tertulis dalam Surat Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 316 / KMK / 016 / 1994 tentang Program Pelatihan Usaha Kecil dan Koperasi oleh Badan Usaha Milik Negara (BUMN), yang kemudian tercantum dalam Surat Keputusan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara No. Kep-236 / MBU / 2003 di mana masing-masing dan setiap perusahaan wajib menggunakan laba mereka (setelah pajak) sebanyak 1%, hingga 3% untuk menjalankan program CSR. Beberapa perusahaan masih menganggap CSR sebagai suatu bentuk pemborosan anggaran, karena belum tentu program CSR tersebut akan memberikan dampak positif bagi keberlanjutan perusahaan. Meskipun, CSR secara inheren menganut manajemen perusahaan, sehingga aktivitas lapangan dalam CSR berada dalam kendali perusahaan (Sidik, 2015).

Peran CSR sangatlah penting bagi perusahaan yang ingin mengembangkan bisnisnya dalam jangka panjang. Elkington dalam (Effendi, 2016: 163) mengatakan bahwa perusahaan yang ingin mempertahankan keadaannya harus memperhatikan tiga hal yang dikenal sebagai 3P (*people, planet, profit*). Oleh karena itu, perusahaan yang telah menjalankan program CSR dituntut untuk mengungkapkan informasi tersebut dalam laporan tahunan atau laporan berkelanjutan perusahaan sebagai bentuk transparansi atas tanggung jawab sosial perusahaan kepada seluruh pemangku kepentingan yang terlibat. Selain itu, melalui pengungkapan CSR dapat membantu para pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusan khususnya para investor dan calon investor, tidak hanya mengenai kinerja ekonomi perusahaan tetapi juga mengenai kinerja sosial perusahaan. Semakin luas tanggung jawab sosial perusahaan yang diungkapkan menandakan tanggung jawab yang diberikan perusahaan kepada para pemangku kepentingan semakin baik dan transparan.

Perusahaan dapat menggunakan sebagian laba yang diperolehnya untuk menjalankan dan mengungkapkan program CSR guna mencegah dampak negatif yang dapat mengganggu keberlanjutan perusahaan. Keberhasilan perusahaan dalam mencapai laba berkaitan erat dengan pencapaian profitabilitas perusahaan. Tingginya profitabilitas yang dapat dicapai perusahaan akan memberi kesempatan bagi manajemen dalam menjalankan serta mengungkapkan program CSR. Dalam penelitian ini, profitabilitas dihitung melalui *Return on Asset* (ROA). ROA merupakan rasio keuangan yang menunjukkan seberapa efektif manajemen dalam memperoleh laba selama kurun waktu tertentu dengan aset yang dimilikinya. Tentunya, manajemen perusahaan berusaha untuk mendapatkan laba yang tinggi dari aset yang dikeluarkan untuk aktivitas operasional perusahaan.

Perusahaan berskala besar cenderung akan mengungkapkan informasi lebih banyak kepada seluruh pemangku kepentingan dibandingkan perusahaan berskala kecil. Informasi tersebut tidak hanya mengenai kinerja ekonomi perusahaan, melainkan juga mengenai kinerja sosial perusahaan. Perusahaan berskala besar memiliki tanggung jawab yang lebih besar kepada seluruh pemangku kepentingan yang turut berkontribusi terhadap jalannya perusahaan. Menurut Hackston dan Milne dalam Bimaswara et al. (2018), besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan menggunakan tiga metode yaitu dari total aset yang dimiliki, total penjualan yang diterima, dan total karyawan yang dimiliki. Penelitian ini menggunakan total penjualan periode tertentu untuk mengukur besar kecilnya perusahaan. Perusahaan yang tergolong besar harus lebih berhati-hati dalam menjalankan aktivitasnya terutama yang berhubungan dengan lingkungan di mana perusahaan tersebut berada, karena perusahaan berskala besar akan lebih terpandang dimata para pemangku kepentingan. Hal ini dilakukan supaya perusahaan tetap mendapat dukungan dan citra yang baik dari para pemangku kepentingan sehingga perusahaan dapat bertahan dalam jangka panjang.

Setiadji (2010) menyampaikan bahwa sejauh ini perusahaan memiliki dua beban yaitu beban pajak dan beban CSR. Biaya CSR dianggap sebagai beban bagi manajemen perusahaan. Namun, di sisi lain CSR akan meningkatkan citra

perusahaan, popularitas, dan karenanya juga akan meningkatkan profitabilitas perusahaan. Kedua beban tersebut secara tidak langsung bertujuan untuk mensejahterakan masyarakat. Oleh karena itu, agar kedua hal tersebut tidak menjadi beban bagi perusahaan, perusahaan mulai mencari cara untuk meminimalkan pajak perusahaan yaitu melalui tindakan agresivitas pajak dengan tujuan untuk mengurangi jumlah beban pajak yang seharusnya ditanggung. Menurut Lanis dan Richardson (2013), perusahaan yang telah terbukti melakukan agresivitas pajak dapat bertindak sesuai dengan teori legitimasi melalui pengungkapan informasi CSR tambahan. Meskipun tidak melanggar secara hukum, namun secara moral tindakan tersebut tidak dapat dibenarkan.

. Menurut Lanis dan Richardson (2012), tindakan agresivitas pajak merupakan tindakan yang tidak bertanggung jawab secara sosial dan moral, karena yang dirugikan tidak hanya negara yang bersangkutan, melainkan juga masyarakat secara keseluruhan. Dapat dikatakan bahwa perusahaan yang mempunyai kesadaran sosial rendah cenderung akan melakukan perencanaan pajak yang lebih agresif dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki kesadaran sosial tinggi, karena perusahaan dengan kesadaran sosial rendah dianggap sebagai perusahaan yang kurang bertanggung jawab dari segi sosial (Watson, 2011). Penelitian ini menggunakan ETR (*Effective Tax Rate*) sebagai proksi untuk menghitung besarnya agresivitas pajak perusahaan. ETR merupakan besaran tarif pajak yang ditanggung perusahaan selama periode tertentu. Semakin tinggi nilai ETR berarti kemungkinan perusahaan melakukan tindakan agresivitas pajak sangat kecil, dan begitu sebaliknya.

Berberapa penelitian telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan agresivitas pajak terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* baik di Indonesia maupun di luar negeri, namun tidak selalu mendapatkan hasil yang konsisten, seperti penelitian yang dilakukan oleh Ruroh dan Latifah menyatakan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sebaliknya penelitian Wirata dan

Rahyuda menyimpulkan bahwa tidak ada pengaruh antara profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR.

Kemudian penelitian Wijaya et al. menyimpulkan bahwa agresivitas pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Namun sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan dan Amrin serta Rifki menyimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara agresivitas pajak dengan pengungkapan CSR.

Peneliti melakukan penelitian dengan mengembangkan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan oleh Wijaya et al. Penelitian Wijaya et al. meneliti mengenai besarnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016 dengan menggunakan variabel independen yaitu agresivitas pajak. Sedangkan penelitian kali ini dilakukan dengan menambahkan profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen untuk mengetahui besarnya pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan dan pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2019, yang mana perusahaan tersebut berdasarkan UU Nomor 40 Tahun 2007 wajib untuk menjalankan program CSR.

Selain dengan mengembangkan penelitian terdahulu yaitu penelitian Wijaya et al., peneliti tertarik untuk mengambil topik penelitian mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan pertambangan dan pertanian karena sesuai dengan penjelasan yang telah diuraikan di atas, perusahaan sektor pertambangan dan pertanian merupakan perusahaan yang kegiatannya berhubungan dengan sumber daya alam, sehingga diwajibkan untuk menjalankan program CSR. Namun, hingga saat ini masih banyak ditemukannya kasus-kasus pelanggaran lingkungan oleh perusahaan tersebut. Dampak dari aktivitas pertambangan dan pertanian yang tidak dikelola dengan baik akan mengakibatkan kerugian baik untuk lingkungan maupun masyarakat sekitarnya. Apabila dampak tersebut dibiarkan maka dapat mengancam keberlangsungan perusahaan. Perusahaan akan melakukan segala cara untuk tetap mendapatkan kepercayaan dari seluruh pemangku kepentingan salah satunya melalui pengungkapan CSR.

Pengungkapan CSR sebagai salah satu bentuk sarana mengungkapkan informasi mengenai kinerja sosial dan lingkungan perusahaan. Melalui pengungkapan CSR akan memberi nilai tambah tersendiri bagi perusahaan dimata para pemangku kepentingan sehingga dapat mendukung keberlanjutan perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Agresivitas Pajak terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan dan Pertanian di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2019)”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

- a. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan pertambangan dan pertanian yang terdaftar di BEI?
- b. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan pertambangan dan pertanian yang terdaftar di BEI?
- c. Apakah agresivitas pajak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan pertambangan dan pertanian yang terdaftar di BEI?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah di atas adalah sebagai berikut:

- a. Menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan pertambangan dan pertanian yang terdaftar di BEI.

- b. Menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan pertambangan dan pertanian yang terdaftar di BEI.
- c. Menganalisis pengaruh agresivitas pajak terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan pertambangan dan pertanian yang terdaftar di BEI.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dan praktis sebagai berikut:

- a. Manfaat teoritis

Penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat menjadi referensi bagi pihak akademis dan berkontribusi terhadap literatur penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan profitabilitas, ukuran perusahaan, agresivitas pajak, dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

- b. Manfaat praktis

Penelitian ini secara praktis diharapkan dapat memberikan masukan dan informasi tambahan kepada:

- 1) Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan bagi perusahaan mengenai pentingnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

- 2) Direktorat Jenderal Pajak

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi bagi para pembuat kebijakan khususnya Direktorat Jenderal Pajak untuk melakukan observasi lebih mendalam lagi mengenai kemungkinan tindakan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan berpenghasilan tinggi dan menerbitkan peraturan mengenai tindakan tersebut.

- 3) Pemangku Kepentingan

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi bagi para pemangku kepentingan sehingga memudahkan untuk pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kinerja sosial dan lingkungan perusahaan.



## **BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Landasan Teori**

Landasan teori merupakan seperangkat konsep yang sistematis dan digunakan sebagai landasan dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini, digunakan beberapa teori yang berkaitan dengan variabel penelitian sehingga dapat mendukung hasil dari penelitian yang dilakukan.

#### **2.1.1 Teori Legitimasi**

Menurut Dowling dan Pfeffer dalam Muzakki (2015), untuk mencapai tujuannya, organisasi berusaha untuk menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang ada di dalam organisasi dengan norma-norma yang ada pada lingkungan sosial di mana organisasi tersebut berada. Dalam teori ini, perusahaan dituntut untuk menjalankan kegiatan operasionalnya sesuai dengan norma-norma sosial yang berlaku dalam masyarakat agar perusahaan tersebut tidak kehilangan legitimasinya sehingga dapat bertahan dalam jangka panjang.

Suatu perusahaan akan kehilangan legitimasinya apabila sistem nilai yang diterapkan di dalam perusahaan bertentangan dengan norma-norma sosial yang berlaku di masyarakat. Hal yang demikian akan mengancam keberlangsungan perusahaan, karena tidak menutup kemungkinan keberadaan perusahaan akan mendapat penolakan atau protes dari masyarakat setempat. Tindakan demikian tidak terlepas dari dampak yang diakibatkan dari adanya perusahaan tersebut.

Salah satu tujuan utama perusahaan adalah untuk mendapatkan laba yang maksimal. Laba maksimal diperoleh dari hubungan yang baik dan menguntungkan antara perusahaan dengan masyarakat atas produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Untuk itu, hubungan antara keduanya harus dijaga agar keberlangsungan perusahaan tidak terancam dan masyarakat akan diuntungkan dengan keberadaan perusahaan tersebut.

Menurut teori legitimasi, perusahaan yang ingin memperoleh peringkat yang baik dimata masyarakat atau para pemangku kepentingan, salah satu cara yang

dapat dilakukannya adalah dengan menjalankan program *Corporate Social Responsibility* (Ningrum et al., 2018; Wahyudi, 2015). Melalui pengungkapan CSR, perusahaan telah bertanggung jawab atas segala aktivitasnya terhadap lingkungan sosial dan masyarakat sehingga keberlangsungan perusahaan akan tetap terjaga.

Kasus agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan dengan penghasilan yang tinggi merupakan tindakan yang bertentangan dengan norma-norma sosial yang berlaku di masyarakat. Tindakan demikian tidak sesuai dengan teori legitimasi dan sangat merugikan masyarakat, karena salah satu tujuan dari pembayaran pajak adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui program pembangunan. Apabila hal ini terjadi dan diketahui oleh masyarakat, perusahaan yang bersangkutan akan kehilangan legitimasinya dimata masyarakat. Guna menutupi tindakan agresivitas pajak dan untuk tetap mendapat citra yang baik dimata masyarakat, perusahaan melakukan program CSR secara berlebihan. Jadi dalam hal ini, CSR hanya digunakan sebagai sarana untuk merencanakan tindakan agresivitas pajak (Kuncoro, 2018). Dengan tidak melakukan tindakan penghindaran pajak, maka perusahaan akan dipandang baik oleh masyarakat (Ningrum et al., 2018).

Menurut (Lanis dan Richardson, 2012), perusahaan disebut sebagai sistem sosial yang lingkupnya lebih besar dari entitas dan setiap orang yang berada di sekitarnya seperti investor, kreditor, masyarakat, dan pemerintah bertindak sebagai pemangku kepentingan. Dengan demikian, berdasarkan teori legitimasi, hubungan antara perusahaan dengan para pemangku kepentingan harus saling menguntungkan agar keberlanjutan perusahaan tetap terjamin. Pengungkapan CSR merupakan salah satu cara yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk tetap mendapatkan citra yang baik dimata para pemangku kepentingan. Perusahaan yang telah berhasil melakukan program CSR dianggap telah melaksanakan tanggung jawabnya dan menjadi nilai tambah tersendiri. Selain itu, pelaksanaan program CSR ini menjadi bukti bahwa perusahaan dalam menjalankan kegiatan

operasionalnya telah sesuai dengan norma-norma sosial yang berlaku dalam masyarakat, sehingga tidak terjadi penolakan dari masyarakat.

### 2.1.2 Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa terdapat hubungan antara pemangku kepentingan (investor, kreditor, masyarakat, dan pemerintah) dengan informasi yang mereka terima (Sun et al., 2010) dalam (Mestuti, 2012). Informasi yang disampaikan kepada para pemangku kepentingan dianggap sebagai bentuk kontribusi perusahaan (Gray, 1995). Menurut teori ini, perusahaan harus bertanggung jawab atas dampak dari aktivitas yang telah dilakukan dan bersikap adil terhadap semua pemangku kepentingan yang turut berkontribusi terhadap jalannya perusahaan.

Perusahaan bukanlah suatu organisasi yang dapat berdiri sendiri, dukungan dari para pemangku kepentingan sangat diperlukan untuk menjaga keberlangsungan perusahaan. Aktivitas yang dilakukan perusahaan tidak hanya bermanfaat untuk kepentingan dirinya sendiri, melainkan juga harus memberikan manfaat terhadap para pemangku kepentingan yang terlibat (Chariri dan Ghazali, 2007). Manfaat ini dapat diperoleh dari tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan atas dampak yang diakibatkan dari aktivitasnya, sehingga hubungan positif di antara keduanya dapat terjalin. Para pemangku kepentingan yang diperlakukan secara baik cenderung akan membalas dengan perilaku positif juga. Seperti berbagi informasi berharga (semua pemangku kepentingan), pembelian lebih banyak produk atau jasa (konsumen), membeli lebih banyak saham (investor), atau bahkan bekerja keras dan bersikap loyal terhadap perusahaan (karyawan). Tindakan yang demikian akan mendukung terpenuhinya tujuan perusahaan dan membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan.

Salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap para pemangku kepentingan yaitu dengan menjalankan program CSR. CSR sebagai bentuk pertanggungjawaban sosial yang dapat dilakukan perusahaan guna menciptakan hubungan timbal balik yang positif antara perusahaan dengan para pemangku kepentingan. Masyarakat sebagai pihak yang merasakan dampak langsung dari

aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan, harus diperlakukan secara baik agar keberadaan perusahaan di lingkungan masyarakat tersebut dapat diterima dan keberlangsungan perusahaan tetap terjaga. Perusahaan yang telah menjalankan program CSR dianggap telah bertanggung jawab secara sosial kepada masyarakat dan lingkungan baik dalam bentuk bantuan fisik maupun materi yang dapat memberikan manfaat kepada masyarakat dan masyarakat tidak merasa dirugikan dengan adanya perusahaan tersebut.

Selain kepada masyarakat, perusahaan juga harus peduli terhadap *stakeholder* lainnya. Pemerintah sebagai instansi yang menerbitkan peraturan mengenai berdirinya perusahaan dan memberikan perlindungan akan keberadaan perusahaan. Maka dari itu, perusahaan harus menjaga hubungan yang baik dengan pemerintah, salah satunya adalah melalui ketaatan dalam membayar pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan tidak melakukan tindakan yang dapat merugikan pemerintah seperti penghindaran pajak (Muzakki, 2015).

Program CSR yang dilakukan oleh perusahaan dianggap sebagai salah satu cara untuk menjalin hubungan yang baik dengan *stakeholder*. Semakin baik CSR yang dijalankan oleh perusahaan, semakin baik pula kontribusi yang diberikan oleh para *stakeholder* kepada perusahaan.

### **2.1.3 Corporate Social Responsibility (CSR)**

Hackston dan Milne dalam Istriasih (2015) menyatakan bahwa CSR sebagai suatu alat komunikasi antara perusahaan dengan kelompok pemangku kepentingan mengenai dampak yang ditimbulkan dari aktivitas ekonomi perusahaan. CSR merupakan salah satu bentuk keberlanjutan perusahaan dalam tata kelola perusahaan yang efektif sehingga dapat mewujudkan keberlanjutan melalui pelaksanaan bisnis yang transparan dan dapat dipertanggungjawabkan (Jo dan Harjoto, 2011).

Dalam beberapa tahun terakhir, kesadaran mengenai tanggung jawab sosial perusahaan mengalami peningkatan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dikatakan sebagai komitmen untuk bersikap etis, berkontribusi dalam

pembangunan ekonomi suatu negara, serta meningkatkan kualitas hidup karyawan dan masyarakat (Holme dan Watts, 2006). Elkington dalam (Effendi, 2016: 163) mengusulkan konsep *triple bottom line* atau yang dikenal dengan 3P (*Profit, Planet, People*). Dalam konsep ini dapat ditarik kesimpulan bahwa suatu perusahaan dalam menjalankan kegiatannya tidak semata-mata hanya untuk memperoleh laba yang maksimal, melainkan juga harus memperhatikan dampak yang dihasilkan dari aktivitasnya terhadap bumi atau lingkungan serta masyarakat disekitarnya,

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan program CSR tidak hanya meningkatkan kinerja keuangan perusahaan saja (Foote et al., 2010; Weber, 2008) melainkan juga kinerja non keuangannya seperti nama merek dan reputasi perusahaan, efektifitas proses internal, serta kepuasan kerja karyawan (Kim et al., 2015; Valentine dan Barnett, 2003). Dalam hal ini, perusahaan yang melaksanakan program CSR berarti perusahaan tersebut peduli terhadap kondisi lingkungan masyarakat di sekitar perusahaan.

Ketentuan mengenai CSR diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 1 Ayat 3. Dalam undang-undang tersebut disebutkan bahwa, tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan komitmen perusahaan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan serta memberikan manfaat baik bagi perseoran sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Kemudian ketentuan yang mewajibkan perseroan yang kegiatannya berhubungan langsung dengan sumber daya alam untuk melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74. Selain itu, penerapan CSR juga tercantum dalam *International Standar ISO 26000* (2010) yang berisi bahwa CSR sebagai bentuk tanggung jawab organisasi atas aktivitas yang dilakukan terhadap kehidupan sosial masyarakat melalui perilaku terbuka dan etis yang mendukung keberlanjutan pembangunan.

Di sisi lain, para pemangku kepentingan perusahaan seperti investor, kreditor, masyarakat dan pemerintah tidak hanya membutuhkan informasi mengenai kinerja keuangan perusahaan saja, mereka juga membutuhkan informasi

mengenai aktivitas sosial perusahaan untuk menilai bahwa dalam pelaksanaan kegiatannya guna memperoleh laba yang maksimal terdapat sikap tanggung jawab terhadap kemungkinan dampak negatif yang ditimbulkannya sehingga perusahaan akan tetap berkembang dan tidak merugikan pemangku kepentingan. Informasi mengenai tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan dilaporkan dalam laporan tahunan perusahaan yang dapat diakses oleh semua pihak yang berkepentingan.

Era saat ini mengharuskan perusahaan untuk mampu bersaing dan bertahan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif (Avi-Yonah, 2008). Perusahaan harus mampu mengembangkan peraturan, strategi bisnis, maupun strategi operasi yang tidak hanya semata-mata untuk kepentingan pemegang saham tetapi juga untuk pemangku kepentingan yang lain seperti karyawan, masyarakat dan pemerintah.

Porter dan Karmar (2006) menyatakan bahwa perusahaan akan mendapatkan citra atau merek yang baik dimata masyarakat, jika dalam menjalankan aktivitasnya memiliki sikap tanggung jawab sosial yang tinggi. Selain itu, tanggung jawab sosial yang tinggi juga akan meningkatkan nilai perusahaan dan menarik minat investor untuk bergabung ke perusahaan.

#### **2.1.4 Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)**

Untuk menunjukkan tanggung jawab sosial yang telah dilakukan, maka perusahaan berhak menginformasikannya kepada seluruh pemangku kepentingan dalam bentuk laporan berkelanjutan atau laporan tahunan. Dengan melakukan pengungkapan CSR artinya perusahaan telah melaksanakan tanggung jawabnya kepada kelompok kepentingan secara khusus maupun masyarakat secara umum melalui informasi yang disampaikannya. Para pemangku kepentingan yang diperlakukan secara baik akan terus memberikan dukungannya terhadap jalannya perusahaan. Hubungan timbal balik antara keduanya sangat menentukan keberlanjutan perusahaan di masa depan.

Menurut Istianingsih (2015), CSR merupakan sebuah konsep untuk menyampaikan informasi secara terbuka tidak semata-mata mengenai kinerja

keuangan perusahaan tetapi perusahaan juga perlu mengungkapkan informasi yang berkaitan dengan kinerja sosialnya terhadap masyarakat sebagai dampak dari aktivitas yang telah dilakukan. Dengan kata lain, penyampaian informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan ini disebut sebagai pengungkapan CSR. Pengungkapan CSR adalah suatu proses yang menyajikan informasi tentang kinerja lingkungan, kinerja ekonomi, sumber daya manusia, produk dan konsumen, dan tenaga kerja yang terlibat dalam kegiatan perusahaan kepada seluruh pemangku kepentingan. Keempat hal tersebut yang menjadi landasan dalam pengungkapan CSR.

Dalam melakukan pengungkapan CSR, perusahaan berpedoman pada indikator-indikator yang tercantum dalam *Global Reporting Initiative* (GRI). GRI merupakan standar internasional independen yang dapat digunakan perusahaan untuk membantu melaporkan dampak bisnisnya kepada pemangku kepentingan. Dengan demikian, GRI dapat menjadi acuan perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR. Dengan melakukan pengungkapan CSR secara berkala akan memberikan manfaat bagi pihak internal maupun eksternal perusahaan.

Manfaat bagi pihak internal di antaranya adalah sebagai berikut:

- a. Menganalisis ketika terdapat adanya ancaman dan peluang yang dapat mengganggu berlangsungnya perusahaan
- b. Melalui pengungkapan CSR dapat menjembatani antara kepentingan keuangan dan nonkeuangan terutama yang berkaitan dengan kehidupan sosial ekonomi.
- c. Menjaga keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang.
- d. Memperlancar proses berlangsungnya perusahaan, meminimalkan biaya, dan meningkatkan efisiensi.
- e. Mencegah terjadinya kegagalan lingkungan, sosial dan tata kelola yang perusahaan.
- f. Sebagai pembanding antara kinerja internal perusahaan, antar perusahaan, atau antar sektor.

Sedangkan manfaat untuk pihak eksternal adalah:

- a. Meminimalkan dampak negatif perusahaan terhadap lingkungan, sosial yang mungkin terjadi karena adanya aktivitas operasional perusahaan.
- b. Meningkatkan reputasi dan nama baik perusahaan dimata pemangku kepentingan eksternal seperti investor, kreditor, masyarakat, dan pemerintah.
- c. Memungkinkan para pemangku kepentingan eksternal untuk memahami arti sebenarnya dari suatu perusahaan.
- d. Menunjukkan bagaimana suatu perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi oleh harapan tentang pembangunan berkelanjutan.

#### **2.1.5 Profitabilitas**

Perusahaan yang ingin mempertahankan keberadaannya harus memperhatikan *profit*, *planet*, dan *people* atau yang dikenal dengan konsep 3P (Elkington dalam Effendi, 2016: 163). Secara umum, tujuan utama perusahaan yaitu untuk memperoleh laba yang maksimal. Laba yang maksimal menunjukkan bahwa kinerja keuangan perusahaan tersebut dalam kondisi yang positif. Khan dan Mohd (2017) menyatakan bahwa kinerja keuangan yang baik merupakan output dari aktivitas bisnis perusahaan yang sukses. Aktivitas bisnis yang sukses ditunjukkan dengan perolehan laba yang tinggi, yaitu laba atas aset atau laba atas ekuitas.

Profitabilitas merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dari aktivitas bisnis perusahaan serta menggambarkan kemampuan perusahaan tersebut dalam menghasilkan laba dengan sumber daya yang mereka miliki, baik dari aktivitas penjualan maupun penggunaan aset dan modal (Hery, 2015).

Sung dan Shaw (2015) dalam Sekar W. A dan Bambang H (2019) menyatakan profitabilitas atau keuntungan perusahaan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba pada tingkat penjualan tertentu atau

penggunaan aset dan modal yang dimiliki pada suatu periode. Profitabilitas suatu perusahaan dapat dinilai dengan berbagai cara tergantung dengan laba dan aset atau modal yang akan dibandingkan satu sama lain (Tae-Nyun, 2014 dalam Sekar W. A dan Bambang H, 2019)

Hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan pengungkapan CSR dapat dilihat melalui manfaat ekonomi yang diperoleh perusahaan. Semakin baik kinerja ekonomi perusahaan, laba yang dihasilkan juga akan tinggi. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung akan mendapatkan kepercayaan dari para pemangku kepentingan dan menarik para investor untuk menanamkan modalnya. Dengan laba yang tinggi, pemangku kepentingan seperti investor akan diuntungkan karena tingkat pengembalian yang mereka peroleh semakin meningkat. Di sisi lain, laba yang tinggi akan mendorong perusahaan untuk memenuhi pengungkapan CSR (Boonnual et al., 2017).

#### **2. 1. 6 Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan menjadi salah satu hal yang berperan penting dalam keberlangsungan perusahaan. Wahyuningsing dan Mahdar (2018) mengatakan ukuran perusahaan sebagai skala untuk mengukur besar kecilnya suatu perusahaan. Niresh dan Velnampy (2014) menyatakan ukuran perusahaan sebagai jumlah dan variasi kapasitas produksi dan kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan atau jumlah dan variasi layanan yang dapat diberikan perusahaan secara bersamaan kepada pelanggannya.

Ukuran perusahaan dapat menggambarkan aktivitas dan pendapatan yang diterima oleh perusahaan tersebut. Menurut Hackston dan Milne dalam Bimaswara et al (2018), ukuran perusahaan dapat diukur dengan tiga metode yaitu dari total aset, total penjualan, dan total karyawan. Jika ketiga metode tersebut bernilai tinggi berarti dapat dikatakan ukuran perusahaan semakin besar. Sedangkan menurut UU Nomor 20 Tahun 2008, ukuran perusahaan diklasifikasikan menjadi empat kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar.

Perusahaan yang dikatakan sebagai perusahaan besar akan memiliki tanggung jawab yang lebih luas dengan para pemangku kepentingan. Hal ini dikarenakan oleh aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan tersebut secara langsung akan berdampak kepada para pemangku kepentingan. Selain itu, perusahaan yang dikatakan besar akan lebih terlihat oleh masyarakat dan para pemangku kepentingan lainnya. Dengan demikian, perusahaan dengan ukuran yang besar harus lebih berhati-hati dalam melakukan berbagai kegiatan operasionalnya terutama yang berhubungan dengan para pemangku kepentingan supaya keberlanjutan perusahaan tetap terjaga.

### **2. 1. 7 Agresivitas Pajak**

Salah satu tujuan perusahaan adalah untuk memaksimalkan laba yang diperoleh melalui kegiatan yang telah dilaksanakan. Laba yang maksimal dapat diperoleh dengan cara meminimalisasi beban. Salah satu beban perusahaan yaitu pajak. Perusahaan dengan penghasilan yang tinggi tentunya akan dikenakan pajak yang tinggi pula. Oleh karena itu, perusahaan melakukan berbagai cara untuk menekan pajak yang seharusnya ditanggung, tindakan demikian dapat dikatakan sebagai bentuk agresivitas pajak.

Agresivitas pajak merupakan semua upaya yang dilakukan oleh pihak manajemen untuk meminimalisir atau menekan beban pajak dari yang seharusnya dibayar oleh perusahaan (Aryudanto, 2016). Tindakan agresivitas pajak dapat disebut sebagai tindakan penghindaran pajak yang sifatnya legal karena tidak meyalahi aturan perundang-undangan. Menurut (Darussalam, 2009) penghindaran pajak diartikan sebagai alur transaksi yang tujuannya untuk meminimalisir beban pajak dengan memanfaatkan celah kelemahan aturan perpajakan suatu negara. Salah satu cara untuk mengukur tingkat agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan yaitu dengan mengukur ETR perusahaan. ETR merupakan besaran tarif pajak yang ditanggung oleh perusahaan. ETR dipilih sebagai proksi untuk menghitung agresivitas pajak karena ETR mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai perubahan beban pajak (Maharani dan Suardana, 2014).

Dari segi sosial, tindakan agresivitas pajak sangat merugikan negara yang bersangkutan, khususnya untuk masyarakat secara umum. Pajak merupakan komponen terbesar atas penerimaan negara yang digunakan untuk membiayai pembangunan ekonomi dan sosial masyarakat. Perusahaan yang terlalu agresif dalam merencanakan pajaknya akan mengurangi pendapatan negara. Meskipun secara hukum tindakan perencanaan pajak bersifat legal dan tidak menyalahi aturan perpajakan, namun tindakan yang demikian merupakan tindakan yang tidak etis (Lanis dan Richardson, 2012). Agresivitas pajak disebut sebagai tindakan perencanaan pajak dengan cara meminimalisir besarnya pajak yang terutang dengan cara yang memang sudah diatur dalam undang-undang perpajakan, sehingga tindakan demikian memang tidak menyalahi aturan.

Perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial yang diwujudkan dalam program CSR cenderung tidak memiliki sikap agresif akan pajak. Sebaliknya, kurangnya kesadaran perusahaan akan tanggung jawab sosialnya maka perusahaan dapat melakukan perencanaan pajak yang lebih agresif (Watson, 2011). Ketika perusahaan melakukan pengungkapan CSR artinya perusahaan telah bertanggung jawab baik secara ekonomi maupun sosial kepada masyarakat. Tindakan demikian dapat digunakan perusahaan untuk menutupi adanya tindakan agresivitas pajak dan sebagai upaya untuk mengalihkan perhatian masyarakat karena perusahaan telah melakukan tanggung jawabnya melalui CSR (Deegan et al., 2002 dalam Lanis & Richardson, 2013).

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, agresivitas pajak, dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah banyak dilakukan baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Namun, tidak semua hasil penelitian tersebut konsisten, ada beberapa penelitian dengan judul yang sama namun menghasilkan kesimpulan yang berbeda.

Penelitian yang dilakukan oleh **Rahmawati dan Rohman** (2019) yang berjudul “Pengaruh Agresivitas Pajak dan Profitabilitas Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*” menghasilkan kesimpulan bahwa

terdapat pengaruh antara agresivitas pajak dan profitabilitas perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Dapat diartikan bahwa jika perusahaan memiliki tingkat agresivitas pajak dan profitabilitas yang tinggi, maka akan mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR lebih luas lagi.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh **Wijaya et al.** (2017) dengan judul “Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*” (Studi Empiris pada Perusahaan Non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2013-2016) menyimpulkan bahwa agresivitas pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR, artinya bahwa ketika perusahaan bersikap agresif terhadap pajaknya, maka perusahaan cenderung akan melakukan pengungkapan CSR lebih luas lagi.

Penelitian **Bimaswara et al.** (2018) yang berjudul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Risiko Keuangan, dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial” menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, likuiditas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR, *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR, dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian **Ramadhan dan Amrin** (2019) yang berjudul “Agresivitas Pajak dan Kinerja Lingkungan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*” menyimpulkan bahwa Agresivitas pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Dalam hal ini, dapat diartikan bahwa tinggi atau rendahnya tingkat agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan tidak akan memengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

Penelitian **Rifki** (2016) dengan judul “Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap CSR dengan Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* Sebagai Variabel Kontrol” menyimpulkan bahwa Agresivitas pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Dengan demikian tinggi atau rendahnya tingkat

agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan tidak akan memengaruhi seberapa luas pengungkapan tanggung jawab sosialnya.

Penelitian **Wirata dan Rahyuda (2018)**, ” *The Effect of Profitability and Firm Size on Corporate Social Responsibility and Good Corporate Governance for Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange*” menyimpulkan bahwa CSR dan GCG merupakan kewajiban perusahaan yang didasari oleh hukum, sehingga tidak dipengaruhi oleh tinggi rendahnya profitabilitas dan juga ukuran perusahaan. Perusahaan harus memperhatikan kondisi keuangan yang ditunjukkan oleh tingginya profitabilitas rendah dalam melakukan kegiatan CSR dan GCG.

Terakhir, penelitian oleh **Ruroh dan Latifah (2018)** dengan judul ”Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, dan *Risk Minimization* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI)” menyimpulkan bahwa profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan *risk minimization* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

**Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu**

No	Nama Penulis	Judul	Hasil
1.	Rahmawati dan Rohman (2019)	“Pengaruh Agresivitas Pajak dan Profitabilitas Perusahaan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> ”	Terdapat pengaruh antara agresivitas pajak dan profitabilitas perusahaan terhadap pengungkapan CSR
2.	Wijaya et al. (2017)	“Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> ” (Studi Empiris pada Perusahaan Non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2013-2016)	Agresivitas pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR
3.	Bimaswara et al. (2018)	“Pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas,	Ukuran perusahaan berpengaruh positif

		Risiko Keuangan, dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial”	terhadap pengungkapan CSR, likuiditas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR, <i>leverage</i> berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR, dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
4.	Ramadhan dan Amrin (2019)	“Agresivitas Pajak dan Kinerja Lingkungan terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> ”	Agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
5.	Rifki (2016)	“Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap CSR dengan Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan <i>Leverage</i> sebagai Variabel Kontrol”	Agresivitas pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.
6.	Wirata dan Rahyuda (2018)	“ <i>The Effect of Profitability and Firm Size on Corporate Social Responsibility and Good Corporate Governance for Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange</i> ”	CSR dan GCG adalah kewajiban perusahaan yang diamanatkan oleh hukum, sehingga tidak dipengaruhi oleh profitabilitas yang tinggi-rendah dan ukuran perusahaan. Perusahaan harus memperhatikan kondisi keuangan yang ditunjukkan oleh tingginya profitabilitas rendah dalam melakukan kegiatan CSR dan GCG.
7.	Ruroh dan Latifah (2018)	“Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan, dan <i>Risk Minimization</i> terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (Studi Empiris pada	Profitabilitas, <i>leverage</i> , ukuran perusahaan dan <i>risk minimization</i> berpengaruh terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>

		Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI”	
--	--	--	--

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dijabarkan di atas, tidak menunjukkan adanya konsistensi hasil penelitian. Penelitian Rahmawati dan Rohman (2019) menyimpulkan bahwa agresivitas pajak dan profitabilitas perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, begitu juga dengan penelitian Ruroh dan Latifah (2018). Sebaliknya, penelitian Wirata dan Rahyuda (2018) serta Bimaswara et al. (2018) sama-sama menyimpulkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Kemudian penelitian mengenai variabel ukuran perusahaan yang dilakukan oleh Bimaswara et al. (2018) serta Ruroh dan Latifah. (2018) menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Namun sebaliknya, penelitian Wirata dan Rahyuda (2018) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian mengenai agresivitas pajak yang dilakukan oleh Wijaya et al. (2017), menyimpulkan bahwa agresivitas pajak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sebaliknya, dua penelitian lainnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan dan Amrin (2019) serta Rifki (2016) menyimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara agresivitas pajak terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah diuraikan di atas, yang menjadi perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu tersebut di antaranya:

- a. Peneliti melakukan penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengungkapan *corporate social responsibility* dengan menggunakan tiga variabel independen yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, dan agresivitas pajak
- b. Objek dalam penelitian ini yaitu perusahaan pertambangan dan pertanian yang terdaftar di BEI periode 2018-2019. Yang mana berdasarkan UU

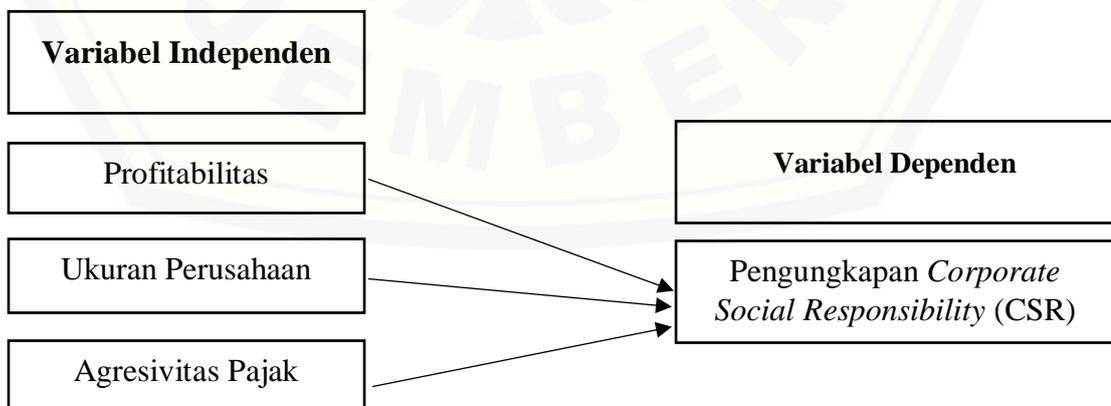
Nomor 40 Tahun 2007, perusahaan pertambangan dan pertanian termasuk sebagai perusahaan yang wajib melakukan tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* karena kegiatannya berhubungan langsung dengan sumber daya alam.

- c. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan indikator yang terdapat dalam *GRI Standards* sebagai ukuran pengungkapan *corporate social responsibility* yang telah dilakukan oleh perusahaan selama periode 2018-2019. Di mana indikator *GRI Standards* baru mulai diterapkan pada tahun 2018.

### 2.3 Kerangka Konseptual

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, dapat dibuat kerangka penelitian sebagai berikut untuk memudahkan pemahaman mengenai topik penelitian. Pada gambar di bawah ini, terdapat dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel independen merupakan tipe variabel yang menjelaskan atau memengaruhi variabel yang lain. Variabel dependen adalah tipe variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam penelitian ini, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan agresivitas pajak bertindak sebagai variabel independen sedangkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel dependen.

**Gambar 2.1 Kerangka Konseptual**



## 2. 4 Perumusan Hipotesis

### 2. 4. 1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Profitabilitas perusahaan merupakan rasio keuangan yang menunjukkan berapa besar laba yang diperoleh oleh perusahaan atas penggunaan sejumlah aset dan modal yang dimiliki. Profitabilitas yang tinggi dapat diperoleh melalui kinerja bisnis yang positif. Perusahaan yang memiliki kinerja positif dalam bisnisnya, maka laba yang didapatkan akan semakin tinggi. Laba yang tinggi membuat perusahaan terdorong untuk mengungkapkan informasi secara lebih luas mengenai tanggung jawab sosial kepada para pemangku kepentingan (investor, kreditor, karyawan, masyarakat, dan pemerintah). Penelitian ini menggunakan nilai *Return on Asset* (ROA) sebagai proksi untuk mengukur tingkat laba perusahaan. Laba yang tinggi ditandai dengan nilai *Return on Asset* (ROA) yang tinggi pula. Kepedulian perusahaan akan tanggung jawab sosialnya berakibat pada meningkatnya *image* perusahaan dimata para pemangku kepentingan, yang secara tidak langsung berperan dalam keberlanjutan perusahaan di masa depan.

Hipotesis ini didukung oleh teori *stakeholder* di mana perusahaan sebagai organisasi yang tidak dapat berdiri sendiri, membutuhkan dukungan dari para *stakeholder* agar keberlanjutan perusahaan tetap terjaga. Aktivitas yang dilakukan perusahaan tidak hanya bermanfaat untuk kepentingan perusahaan sendiri, melainkan juga harus memberikan manfaat terhadap para *stakeholder* yang terlibat (Chariri dan Ghazali, 2007). Hal ini dikarenakan peran *stakeholders* tersebut sangat besar terhadap jalannya perusahaan terutama untuk memperoleh laba yang tinggi. Dukungan serta kontribusi yang diberikan oleh *stakeholders* akan membuat kinerja operasional perusahaan semakin efisien dan efektif, sehingga dapat mendorong perusahaan untuk memperoleh laba yang tinggi. Menurut teori *stakeholder*, aktivitas perusahaan juga harus memberikan manfaat terhadap para *stakeholder* yang telah memberikan kontribusinya untuk perusahaan. Sehingga dengan perolehan laba yang tinggi akan mendorong perusahaan untuk memberikan tanggung jawabnya kepada para *stakeholder* tersebut. Salah satu tanggung jawab

yang dapat dilakukan adalah melalui pengungkapan informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pengungkapan CSR merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk berkomunikasi dengan para *stakeholder*. Melalui pengungkapan CSR artinya aktivitas perusahaan tidak hanya memberi keuntungan untuk perusahaan itu sendiri melainkan juga memberikan keuntungan kepada semua pemangku kepentingan yang turut berkontribusi terhadap jalannya perusahaan. Dengan demikian, para pemangku kepentingan akan dimudahkan dalam pengambilan keputusan tidak hanya mengenai kinerja ekonomi perusahaan tetapi juga kinerja sosial lingkungannya. Sehingga, akan terjalin hubungan timbal balik yang positif di antara keduanya.

Elkington dalam (Effendi, 2016: 163) mengatakan bahwa perusahaan yang ingin mempertahankan keberadaannya harus memperhatikan tiga hal yang dikenal dengan 3P (*people, planet, profit*). Meskipun tujuan utama perusahaan untuk memperoleh laba yang maksimal (*profit*), perusahaan juga harus memperhatikan kesejahteraan para *stakeholder* (*people*), dan tentunya kelestarian lingkungan di mana perusahaan tersebut berada (*planet*).

Penelitian mengenai pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah dilakukan oleh Rahmawati dan Rohman (2019). Penelitian tersebut menghasilkan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh antara profitabilitas terhadap pengungkapan CSR. Dapat diartikan bahwa jika perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi, maka akan mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR secara lebih luas lagi. Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

#### **2. 4. 2 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)**

Wahyuningsing dan Mahdar (2018) mengatakan ukuran perusahaan sebagai skala untuk mengukur besar kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan yang dikatakan sebagai perusahaan besar akan memiliki tanggung jawab yang lebih luas kepada para pemangku kepentingan. Hal ini dikarenakan oleh aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan tersebut secara tidak langsung akan berdampak kepada para pemangku kepentingan. Oleh karena itu, perusahaan dengan ukuran yang besar harus lebih berhati-hati dalam menjalankan aktivitasnya terutama yang berhubungan dengan para pemangku kepentingan dan lingkungan di mana perusahaan tersebut berada supaya keberlangsungan perusahaan tidak terganggu.

Menurut Hackston dan Milne dalam Bimaswara et al. (2018), ukuran perusahaan dapat diukur dengan menggunakan tiga metode yaitu dari total aset, total penjualan, dan total karyawan. Pada penelitian ini, ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan total penjualan yang diterima oleh perusahaan selama periode tertentu. Perusahaan dengan total penjualan yang tinggi dapat disebut sebagai perusahaan berskala besar dan begitu sebaliknya. Tingginya total penjualan yang diterima oleh perusahaan akan mendorong perusahaan tersebut untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungannya secara lebih luas lagi. Melalui pengungkapan CSR, berarti secara terbuka perusahaan telah bertanggung jawab dari segi sosial dan lingkungannya. Selain itu, semakin besar ukuran perusahaan maka kewajiban perusahaan terhadap para pemangku kepentingan juga akan semakin besar. Perusahaan dituntut untuk memenuhi kepentingan para pemangku kepentingan yang turut serta dalam mendukung keberlangsungan perusahaan dengan tujuan supaya perusahaan tetap mendapat dukungan dari para pemangku kepentingan.

Hipotesis ini didukung oleh teori *stakeholder*, yang menyatakan bahwa terdapat hubungan antara pemangku kepentingan (investor, kreditor, masyarakat, dan pemerintah) dengan informasi yang mereka terima (Sun et al., 2010) dalam (Mestuti, 2012). Informasi yang disampaikan kepada para pemangku kepentingan

dianggap sebagai bentuk kontribusi perusahaan (Gray, 1995). Perusahaan dituntut untuk tidak hanya menghasilkan manfaat bagi perusahaan itu sendiri, melainkan perusahaan juga harus memberikan manfaat dan tanggung jawabnya kepada seluruh pemangku kepentingan yang turut berkontribusi terhadap jalannya perusahaan.

Bentuk tanggung jawab yang dapat dilakukan oleh perusahaan salah satunya yaitu melalui pengungkapan tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility*. Melalui pengungkapan tanggung jawab sosial ini, artinya perusahaan telah menunjukkan tanggung jawabnya kepada para pemangku kepentingan. Semakin besar ukuran perusahaan akan semakin besar pula informasi yang harus disampaikan kepada para pemangku kepentingan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan atas aktivitas yang telah dilakukan. Keterlibatan pemangku kepentingan akan lebih banyak untuk perusahaan yang berskala besar dibandingkan perusahaan yang masih berskala kecil. Sehingga perusahaan yang berskala besar akan berusaha mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial yang lebih luas dengan tujuan menarik para *stakeholder* supaya tetap memberikan dukungan dan kontribusinya terhadap jalannya perusahaan.

Penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* telah dilakukan oleh Ruroh dan Latifah (2018) yang menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sehingga, dapat diartikan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin luas pengungkapan CSR yang dilakukan. Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

#### **2. 4. 3 Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)**

Agresivitas pajak disebut sebagai tindakan penghindaran pajak yang dilakukan oleh wajib pajak dengan memanfaatkan kelemahan aturan perpajakan yang telah ada. Penghindaran pajak yang dimaksud adalah dengan cara mengurangi

jumlah beban pajak yang sebenarnya terutang, tetapi tidak melanggar aturan hukum perpajakan sebelumnya, sehingga tindakan demikian bersifat legal meskipun jika dilihat dari segi sosial kurang etis dan tidak sesuai dengan nilai-nilai sosial yang berlaku di suatu masyarakat.

Aryudanto (2016) menyebutkan bahwa agresivitas pajak merupakan semua upaya yang dilakukan oleh pihak manajemen untuk meminimalisir atau menekan beban pajak dari yang seharusnya dibayar oleh perusahaan. Dilihat dari segi sosial, tindakan agresivitas pajak merupakan tindakan yang tidak etis (Lanis dan Richardson, 2012) karena perusahaan yang melakukan agresivitas pajak berarti perusahaan tersebut melepaskan tanggung jawabnya sebagai wajib pajak yang berkewajiban untuk membayar pajak kepada negara.

Pajak merupakan komponen terbesar dari pendapatan negara yang digunakan untuk mensejahterakan masyarakat melalui pembangunan ekonomi dan sosial. Perusahaan yang melakukan agresivitas pajak berarti terlibat dalam tindakan yang dapat mengurangi kas negara. Tindakan demikian apabila diketahui oleh masyarakat, perusahaan akan mendapatkan *image* negatif yang dapat mengganggu jalannya perusahaan di masa mendatang.

Hipotesis ini didukung oleh teori legitimasi, di mana supaya perusahaan dapat bertahan dalam jangka panjang dibutuhkan kesesuaian antara nilai-nilai sosial yang berlaku di perusahaan dengan nilai-nilai sosial yang berlaku di masyarakat. Tindakan agresivitas pajak termasuk tindakan yang tidak sesuai dengan norma-norma sosial yang berlaku di masyarakat. Sehingga apabila perusahaan melakukan tindakan tersebut berarti aktivitas perusahaan bertentangan dengan norma-norma sosial yang berlaku di masyarakat yang mengakibatkan perusahaan akan kehilangan legitimasinya. Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan yang terlalu agresif terhadap pajaknya akan kehilangan legitimasinya, sehingga perusahaan akan berusaha untuk tetap mendapatkan legitimasi dari masyarakat salah satunya melalui pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan secara lebih luas. Melalui pengungkapan informasi tersebut, perusahaan akan mendapatkan citra

yang baik dimata masyarakat, karena secara tidak langsung perusahaan telah bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukannya.

Perusahaan yang terlalu agresif terhadap pajaknya artinya beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan dalam tahun berjalan sangat kecil dan tidak sebanding dengan pendapatan yang diperoleh. Beban pajak yang kecil ditandai dengan nilai ETR (*Effective Tax Rate*) yang kecil. Perusahaan yang terlalu agresif terhadap pajaknya akan berusaha melakukan segala cara salah satunya adalah melalui pengungkapan CSR yang lebih luas dibandingkan sebelumnya supaya tetap mendapatkan legitimasi dari masyarakat dan para pemangku kepentingan yang lain atas tindakan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut.

Penelitian untuk mengetahui pengaruh agresivitas pajak terhadap pengungkapan CSR telah dilakukan oleh Wijaya et al., (2017) yang menyimpulkan bahwa agresivitas pajak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sehingga dapat diartikan bahwa semakin tinggi tingkat agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan akan semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosialnya, dan begitu sebaliknya. Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: Agresivitas pajak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

### BAB 3. METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif di mana dalam penelitian ini menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data melalui prosedur statistik. Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan agresivitas pajak terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder yang diperoleh melalui [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) atau data yang tercantum dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan berkelanjutan perusahaan yang diperoleh melalui *website* masing-masing perusahaan. Penelitian ini menggunakan data keuangan dari perusahaan pertambangan dan pertanian yang terdaftar di BEI serta menerbitkan laporan tahunan atau laporan berkelanjutan pada periode 2018-2019. Profitabilitas diukur menggunakan ROA (*Return on Asset*) perusahaan, ukuran perusahaan diukur menggunakan Logaritma Natural dari total penjualan, dan agresivitas pajak diukur menggunakan ETR (*Effective Tax Rate*), sedangkan pengungkapan CSR diukur menggunakan variabel *dummy* dengan berpedoman pada indikator-indikator yang tercantum di *Global Reporting Initiative* (GRI Standards).

#### 3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian, atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu (Indriantoro & Supomo, 2016: 125). Pada penelitian ini, perusahaan pertambangan dan pertanian yang terdaftar di BEI secara keseluruhan disebut sebagai populasi. Kemudian peneliti melakukan pengambilan sampel dari populasi yang ada menggunakan metode *purposive sampling* dengan tujuan supaya tidak terlalu banyak perusahaan yang akan diteliti dan memperoleh perusahaan yang sesuai dengan kriteria. Kriteria yang dimaksud adalah sebagai berikut:

- a. Merupakan perusahaan pertambangan dan pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2019.
- b. Menerbitkan laporan tahunan (*annual report*) atau laporan berkelanjutan secara berturut-turut pada 2018-2019.
- c. Perusahaan yang dalam melaporkan keuangannya menggunakan satuan mata uang Rupiah.
- d. Perusahaan tidak mengalami kerugian dalam tahun tersebut. Karena perusahaan yang mengalami kerugian akan menghasilkan ETR yang negatif.

### 3.3 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan atau laporan berkelanjutan perusahaan pertambangan dan pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2019. Data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh dari pihak kedua atau secara tidak langsung. Data tersebut dapat diakses melalui *website* [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan melalui *website* perusahaan langsung dengan mengunduh laporan tahunan atau laporan berkelanjutan yang dipublikasikan oleh perusahaan tersebut.

### 3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

#### 3.4.1 Variabel Independen

Variabel independen adalah tipe variabel yang menjelaskan atau memengaruhi variabel lain (Indriantoro & Supomo, 2016: 83). Variabel independen disebut juga sebagai variabel yang mendahului. Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel independen yaitu:

##### a. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dari aktivitas bisnis perusahaan serta menggambarkan kemampuan perusahaan tersebut dalam menghasilkan laba dengan sumber daya yang mereka miliki, baik dari aktivitas penjualan maupun penggunaan aset dan

modal (Hery, 2015). Dalam penelitian ini profitabilitas dihitung melalui *Return on Asset* (ROA).

*Return on Asset* (ROA) dipilih sebagai proksi untuk mengukur profitabilitas karena ROA merupakan salah satu pendekatan yang dapat mencerminkan profitabilitas perusahaan. Dengan menggunakan pendekatan *Return on Asset* (ROA) ini dapat diketahui besarnya laba yang diperoleh perusahaan dengan aktiva yang dimilikinya. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung *Return on Asset* (ROA):

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total asset}} \times 100\%$$

#### **b. Ukuran Perusahaan**

Wahyuningsing dan Mahdar (2018) mengatakan ukuran perusahaan sebagai skala untuk mengukur besar kecilnya suatu perusahaan. Menurut Hackston dan Milne dalam Bimaswara et al (2018), ukuran perusahaan dapat diukur dengan tiga metode yaitu dari total aset, total penjualan, dan total karyawan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode total penjualan yang dilogaritmakan untuk mengukur besar kecilnya suatu perusahaan. Total penjualan merupakan hasil keseluruhan dari barang atau jasa yang terjual oleh perusahaan dalam suatu periode. Semakin besar total penjualan yang diterima oleh perusahaan maka akan semakin besar ukuran perusahaan. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk mengukur ukuran perusahaan dengan menggunakan total penjualan:

$$\text{Ukuran Perusahaan (SIZE)} = \text{LN (Total Penjualan)}$$

#### **c. Agresivitas Pajak**

Agresivitas pajak merupakan semua upaya yang dilakukan oleh pihak manajemen untuk meminimalisir atau menekan beban pajak dari yang seharusnya dibayar oleh perusahaan (Aryudanto, 2016). Salah satu cara untuk mengukur tingkat agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan yaitu dengan mengukur ETR perusahaan. ETR merupakan besaran tarif pajak yang ditanggung oleh perusahaan. ETR (*Effective Tax Rate*) dipilih sebagai ukuran untuk menghitung

agresivitas pajak karena ETR mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai perubahan beban pajak (Maharani dan Suardana, 2014). Semakin besar ETR artinya semakin rendah tingkat agresivitas yang dilakukan oleh perusahaan. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk mengukur tingkat agresivitas perusahaan:

$$ETR = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Laba sebelum pajak}} \times 100\%$$

### 3.4.2 Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pengungkapan CSR merupakan suatu proses yang bertujuan untuk menyajikan informasi tentang kinerja lingkungan, ekonomi, sumber daya manusia, produk dan konsumen, dan tenaga kerja yang terlibat dalam kegiatan perusahaan kepada seluruh pemangku kepentingan. Dalam penelitian ini, pengungkapan CSR dihitung melalui jumlah program CSR yang telah dilakukan perusahaan dan dilaporkan dalam laporan tahunan atau laporan berkelanjutan. Untuk mengetahui seberapa banyak pengungkapan CSR yang telah dilakukan oleh perusahaan, digunakan indikator-indikator yang tercantum dalam *Global Reporting Initiative* (GRI) *standards*. GRI merupakan standar yang dapat digunakan oleh organisasi untuk melaporkan dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial yang diakibatkan dari aktivitasnya.

Kemudian dilakukan pencocokan antara pengungkapan CSR perusahaan dengan indikator-indikator yang ada pada GRI *Standards*. Pencocokan dilakukan dengan memberikan tanda *checklist* pada indikator-indikator yang ada di GRI *Standards* apabila perusahaan tersebut telah melakukan pengungkapan tanggung jawabnya sesuai indikator tersebut.

Selanjutnya setelah dilakukan pencocokan antara pengungkapan CSR perusahaan dengan indikator yang terdapat di GRI *Standards* akan dilakukan penghitungan menggunakan variabel *dummy*. Penghitungan ini dilakukan dengan cara memberikan nilai 1 pada perusahaan yang telah mengungkapkan CSR sesuai

dengan indikator, dan sebaliknya akan diberikan nilai 0. Jika telah selesai, maka keseluruhan nilai akan dijumlahkan untuk mengetahui nilai akhir. Nilai akhir dari jumlah *checklist* tersebut akan dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$CSRI = \frac{n}{k}$$

Keterangan:

CSRI = Indeks tanggung jawab sosial perusahaan

n = Jumlah item tanggung jawab sosial yang diungkapkan perusahaan

k = Jumlah item maksimal

### 3.5 Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ada tiga yaitu statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Analisis data dilakukan dengan menggunakan program SPSS 24.

#### 3.5.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dalam penelitian merupakan proses transformasi data penelitian dalam bentuk tabulasi sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan (Indriantoro & Supomo, 2016: 139). Tabulasi menyajikan ringkasan, pengaturan atau penyusunan data. Ukuran yang digunakan dalam statistik deskriptif ini di antaranya berupa: frekuensi, rata-rata, median, modus, dispersi (*deviasi standard an varian*), dan koefisien korelasi antar variabel.

#### 3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan sebagai tolak ukur untuk mengetahui apakah model regresi linier yang digunakan sudah tepat atau belum. Maka dari itu, sebelum memulai analisis regresi linier perlu dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu.

##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual telah berdistribusi secara normal (Ghozali, 2018). Untuk mengetahui distribusi suatu data yang mendekati normal atau tidak selain dapat dilihat melalui grafik histogram juga dapat dilihat melalui uji statistik non-parametrik *Kolmogoro-Smirnov* (K-S). Dengan menggunakan Uji K-S, jika nilai signifikansi  $\geq 0,05$  maka dapat dikatakan berdistribusi normal, sedangkan jika nilai signifikansi  $\leq 0,05$  maka berdistribusi tidak normal (Ghozali, 2018).

#### **b. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen yang digunakan dalam penelitian. Dikatakan model regresi yang baik apabila antara variabel independen yang digunakan tidak terdapat hubungan. Jika variabel-variabel tersebut saling berhubungan satu sama lain maka artinya variabel tersebut tidak ortogonal. Disebut variabel ortogonal jika hubungan antara variabel independennya bernilai nol.

Untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat multikolinearitas dapat digunakan nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *tolerance* berbanding terbalik dengan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Ghozali (2018) menyebutkan bahwa untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat dilihat jika nilai *tolerance*  $\leq 0,10$  atau sama dengan nilai VIF  $\geq 10$ .

#### **c. Uji Heteroskedastisitas**

Dalam suatu model regresi, uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi perbedaan antara *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Namun, jika *variance* dari residual antara beberapa pengamatan tersebut sama maka terjadi homoskedastisitas. Suatu model regresi yang dikatakan baik apabila varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain terjadi kesamaan atau disebut dengan homoskedastisitas dan tidak mengalami heteroskedastisitas.

Untuk melakukan pengujian terhadap ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat melalui pola-pola yang ada di grafik plot antara nilai prediksi variabel

dependen yaitu ZPRED dengan residual SRESID. Kemudian dari pola-pola yang terbentuk tersebut dapat dianalisis sebagai berikut:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika pola-pola tersebut bentuknya tidak teratur, menyebar ke bagian atas dan bagian bawah dari sumbu Y, maka dapat diartikan dari pola tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

#### **d. Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t-1$  atau sebelumnya dalam model regresi linier. Jika terjadi korelasi maka dinamakan *problem* autokorelasi. Untuk mendeteksi autokorelasi dalam suatu model regresi salah satunya dapat menggunakan uji *Run test*. *Run test* digunakan untuk melihat apakah data residual terjadi secara random atau tidak (Ghozali, 2018).

1. Jika nilai Asymp. Sig (2-tailed) lebih kecil dari 0,05 maka terdapat gejala autokorelasi.
2. Jika nilai Asymp. Sig (2-tailed) lebih besar dari 0,05 maka tidak terdapat gejala autokorelasi (Ghozali, 2018).

### **3.5.3 Uji Hipotesis**

#### **a. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)**

Uji F dilakukan untuk menguji apakah variabel independen yang digunakan bersama-sama dalam suatu penelitian berpengaruh terhadap variabel dependennya. Kemudian dari uji F tersebut dapat dianalisis sebagai berikut:

1. Jika probabilitas  $\leq$  nilai signifikan (Sig  $\leq$  0, 05) artinya hipotesis diterima, yang berarti bahwa secara simultan variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2. Jika nilai probabilitas  $>$  nilai signifikan ( $\text{Sig} > 0,05$ ) artinya hipotesis ditolak, yang berarti bahwa secara simultan variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

#### **b. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)**

Uji t dilakukan untuk menguji seberapa besar pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependennya. Dalam pengujian ini menggunakan acuan nilai signifikansi, kemudian dianalisis sebagai berikut:

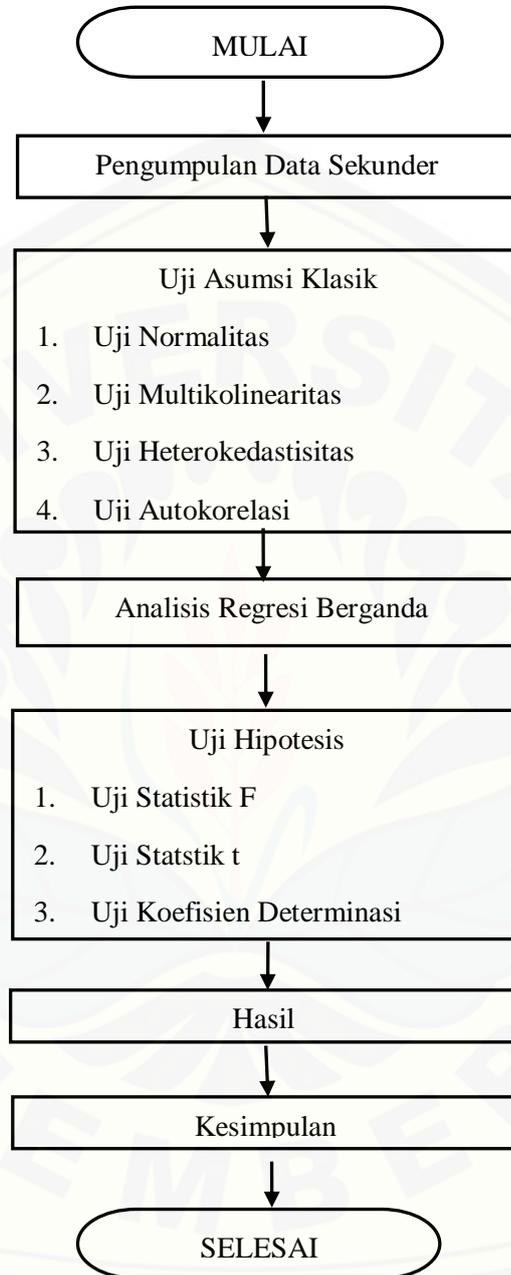
1. Jika nilai signifikansi  $\leq 0,05$  maka terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen atau hipotesis diterima.
2. Jika nilai signifikansi  $\geq 0,05$  maka tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen atau hipotesis ditolak (Ghozali, 2018).

#### **c. Koefisien Determinasi (R-Square)**

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan adanya variasi pada variabel dependen. Koefisien determinasi memiliki dua nilai yaitu nol dan satu. Menurut Ghozali (2018), nilai koefisien determinasi yang kecil atau mendekati nol artinya bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi mendekati satu, dapat diartikan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat luas atau menghasilkan informasi-informasi yang mendukung variabel dependen.

### 3. 6 Kerangka Pemecahan Masalah

Gambar 3. 1 Kerangka Pemecahan Masalah



## BAB 5. PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan agresivitas pajak terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan pertambangan dan pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2019. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* dan diperoleh sebanyak 32 pengamatan. Analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan program SPSS 24. Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi yaitu sebesar 0,033 yang mana nilai signifikansi tersebut kurang dari 0,05. Dengan demikian, semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka semakin tinggi pula pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan. Dengan profitabilitas yang tinggi menandakan bahwa kinerja perusahaan tersebut dalam kondisi yang baik.
2. Variabel ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi yaitu sebesar 0,008 yang mana nilai tersebut kurang dari 0,05. Dengan demikian, semakin besar ukuran perusahaan maka pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan juga semakin besar. Hal ini terjadi karena perusahaan yang berukuran besar akan memiliki tanggung jawab yang lebih besar lagi kepada para pemangku kepentingan yang turut mendukung keberlangsungan perusahaan. Melalui pengungkapan CSR inilah sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan.

3. Variabel agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi yaitu sebesar 0,056 yang mana nilai tersebut lebih dari 0,05. Dengan demikian, tinggi rendahnya agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Terdapat beberapa keterbatasan yang dihadapi peneliti selama melakukan penelitian, antara lain:

1. *GRI standards* yang digunakan sebagai indikator pengungkapan CSR tergolong sebagai indikator yang baru mulai diterapkan pada tahun 2018. Sehingga peneliti hanya mengambil sampel selama dua tahun yaitu tahun 2018 dan 2019.
2. Nilai *Adjusted R-Square* dalam penelitian ini masih tergolong kecil yaitu sebesar 0,295 atau 29,5%. Ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, dan agresivitas pajak hanya mampu memengaruhi pengungkapan CSR sebesar 29,5% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang mungkin berpengaruh lebih besar lagi terhadap pengungkapan CSR.

## 5.3 Saran

### 5.3.1 Untuk peneliti selanjutnya

1. Indikator *GRI standards* baru mulai diterapkan pada tahun 2018, sehingga diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat menambah tahun penelitian.
2. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel penelitian yang dapat memengaruhi pengungkapan CSR sehingga dapat memperbesar nilai *Adjusted R-Square*.

### 5.3.2 Untuk Perusahaan

Perusahaan harus lebih memerhatikan dampak sosial dan lingkungan yang diakibatkan dari aktivitas operasionalnya dan bertanggung jawab atas dampak tersebut.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Agung, S. W dan B. Hadinugroho. 2019. Analisis Firm Size, Profitabilitas, dan Leverage terhadap Cash Holding pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI 2016-2018. *Fintech dan E-Commerce untuk Mendorong Pertumbuhan UMKM dan Industri Kreatif*. 15 Oktober 2019. *Fakultas Ekonomi Universitas Tidar*: 20-35.
- Amalia, F. A. 2019. Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Penghindaran Pajak: Kepemilikan Institusional Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi FE UN PGRI Kediri*. 4(2): 14-23.
- Aryudanto, I. 2016. Analisis Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Skripsi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Asmeri, R., T. Alvionita, dan A. Gunardi. 2017. CSR Disclosures in the Mining Industry: Empirical Evidence from Listed Mining Firms in Indonesia. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*. 1 (1): 16–22.
- Avi-Yonah, R. S. 2008. *Corporate social responsibility and strategic tax behavior*. In *Tax and corporate governance*. Berlin Heidelberg: Springer.
- Bimaswara, L. Suzan, dan D. P. K. Mahardika. 2018. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Risiko Keuangan, dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *e-Proceeding of Management*. 5(2): 24-25.
- Boonnuat, C., W. Prasertsri, dan P. Panmanee. 2017. Corporate social responsibility and firm performance in Thailand. *Journal of Business and Retail Management Research*. 12(1): 169-177.
- Darussalam, dan D. Septriadi. 2009. Tax Avoidance, Tax Evasion, Tax Planning, dan Anti Avoidance. [www.ortax.co.id](http://www.ortax.co.id). [Diakses pada 15 Maret 2020].
- Deegan, C., M. Rankin, dan J. Tobin. 2002. “An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983-1997”. *Accounting, Auditing, & Accountability Journal*. 15(3): 312-343.
- Effendi, M. A. 2016. *The Power of Good Corporate Governance: Theory and Implementation*. Jakarta: Salemba Empat Publisher.
- Elisabeth, A. 2020. Warga Tagih Plasma dan Keluhkan Perusahaan Sawit Cemari Sungai di Papua. <http://www.mongabay.co.id>. [Diakses pada 13 Desember 2020].
- Foote, J., N. T. Gaffney, dan J. R. Evans. 2010. “Corporate social responsibility: implications for performance excellence”. *Total Quality Management and Business Excellence*. 21(8): 799-812.

- Ghozali, I, dan A. Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro:
- Gray, R., R. Kouhy, dan S. Lavers. 1995. "Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure". *Accounting, Auditing, & Accountability Journal*. 8(2): 47-77.
- Hamdani. 2016. *Good Corporate Governance: Overview of Ethics in Business Practices*. Jakarta: Mitra Wacana Media Publisher.
- Hery. 2015. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi 1. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Services.
- Holme, L., dan P. Watts. 2006. *Human Rights and Corporate Social Responsibility*. Geneva: World Business Council for Sustainable Development.
- Indriantoro, N. dan B, Supomo. 2016. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE.
- International Organization for Standardization. 2010. *ISO 26000: Guidance Standart on Social Responsibility*. Swiss: ISO.
- Irawan, H. P., dan A. Farahmita. 2012. Pengaruh Kompensasi Manajemen dan Corporate Governance Terhadap Manajemen Pajak Perusahaan. *Symposium Nasional Akuntansi XV Banjarmasin 20-23 September*.
- Istianingsih. 2015. Impact of Firm Characteristics on Csr Disclosure : Evidence from Indonesia. *Ijaber*. 13(6): 4265–4281.
- Istriasih, N. 2015. Pengaruh Karakteristik Eksekutif Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility: Agresivitas Pajak Sebagai Variabel Intervening. *Skripsi*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Jananti, N. W., dan P. E. Setiawan. 2018. Pengaruh Agresivitas Pajak pada Corporate Social Responsibility dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. 24(1): 170-195.
- Jo, H., dan M. A. Harjoto. 2011. Corporate Governance & Firm Value: The Impact of Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*. 103(3): 351-383.
- Khan, M. Anees., dan M. Y. Ibrahim. 2017. Improving the Firm's Financial Performance through Corporate Governance Mechanism in Malaysian Listed Companies: Empirical Study Approach. *Global Business and Management Research: An International Journal*. 9(1).

- Kim, H., W. M. Hur, dan J. Yeo. 2015. "Corporate brand trust as a mediator in the relationship between consumer perception of CSR, corporate hypocrisy, and corporate reputation". *Sustainability*. 7(4): 3683-3694.
- Kuncoro, A. R. 2018. Perencanaan Pajak untuk Biaya CSR dengan Menggunakan Pendekatan SAVANT. *Seminar Nasional 1 Universitas Pamulang Program Studi D3 Akuntansi*.
- Lanis, R., dan G. Richardson. 2012. Corporate social responsibility and tax aggressiveness: An empirical analysis. *Journal of Accounting and Public Policy*. 31(1): 86-108.
- Lanis, R., dan G. Richardson. 2013. Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: A Test of Legitimacy Theory. *Social and Environmental Accountability Journal*. 35(3): 198-200.
- Lelisari, 2018. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Pertambangan Mineral dalam Divestasi Saham Perusahaan. *Disertasi*. Sumatera: Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara.
- Maharani, I. G. A. C., dan K. A. Suardana. 2014. Pengaruh Corporate Governance, Profitabilitas, dan Karakter Eksekutif Pada Tax Avoidance Perusahaan Manufaktur. *E-jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. 9(2): 525-539.
- Mestuti, A. S. 2012. Analisis Pengaruh Manajemen Laba terhadap Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan dengan Corporate Governance sebagai Variabel Moderating. *Skripsi*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Mewanu, J. N. 2019. Kehilangan Hutan Berarti Kehilangan Segalanya. <https://www.hrw.org/id/report/2019/09/22/333509>. [Diakses pada 13 Desember 2020].
- Muzakki, M. R. 2015. Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak. *Skripsi*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Ningrum, A. K., E. Suprpti, dan A. S. H. Anwar. 2018. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Tax Avoidance dengan Gender sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016). *Balance*. 15(01).
- Niresh, J. A. 2014. Firm Size and Profitability: A Studi of Listed Manufacturing Firms in Sri Lanka. *International Journal of Business and Management*. 9(4): 57-64.
- Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012. *Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan*. 4 April 2012. Lembaran Negara Republik Indonesia. Jakarta
- Porter, M. E., dan M. R. Kramer. 2006. The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*. 84(12): 78-92.

- Prawira, I. F. A. 2017. Corporate Governance and Tax Aggresiveness, an Evidence on Manufacturing Companies in Indonesia. *International Journal of Accounting and Economic Studies*. 5(2): 134-140.
- Rahmawati, A. P dan A. Rohman. 2019. Pengaruh Agresivitas Pajak dan Profitabilitas Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Diponegoro Journal of Accounting*. 8(1): 2337-3806.
- Ramadhan, A. dan A. Amrin. 2019. Agresivitas Pajak dan Kinerja Lingkungan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi, dan Manajemen Bisnis*. 7(2): 209-214.
- Rifki, A. A. 2016. Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap Corporate Social Responsibility dengan Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage sebagai Variabel Kontrol. *Skripsi*. Malang: Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim.
- Ruroh, I. N. dan S. W. Latifah. 2018. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Risk Minimization terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Akademi Akuntansi*. 1(1): 42-53.
- Setiadji, B. 2010."Diusulkan Ada Pemotongan Pajak". Harian Seputar Indonesia.<http://www.ortax.org/ortax/?mod=berita&page=show&id=10431&q&hl m=3>. [Diakses 27 Januari 2020].
- Sidik, 2015. The Impact of Program & Implementation CSR Santos Pty.Ltd Sampang on Community Welfare in District Camplong and District of Sampang City. Thesis S2-MM Postgraduate Unisma. (Pengaruh Pemberian Program & Implementasi CSR Santos Pty.Ltd Sampang Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Di Kecamatan Camplong Dan Kecamatan Kota Sampang). *Tesis*. S2- MM Pascasarjana Unisma.
- Singhania, M., dan G. Gandhi. 2015. Social and Environmental Disclosure Index: Perspectives from Indian Corporate Sector. *Journal of Advances in Management Research*. 12(2):192- 208.
- Surat Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 316 / KMK / 016 / 1994. *Program Pelatihan Usaha Kecil dan Koperasi oleh Badan Usaha Milik Negara (BUMN)*.
- Surat Keputusan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara No. Kep-236 / MBU / 2003. *Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan*.
- Thomsen, M., dan C. Watrin. 2018. Tax avoidance over time: A comparison of European and US firms. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*. 33: 40-63.
- Uly, Y. A. 2019. Lebih dari 500 Perusahaan Tambang dan Migas Terkena Pelanggaran Lingkungan. <https://economy.okezone.com>. [Diakses pada 13 Desember 2020].

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 1 dan 3. *Perseroan Terbatas*. 16 Agustus 2007. Lembaran Negara Republik Indonesia Nomer 4756. Jakarta.

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74. *Perseroan Terbatas*. 16 Agustus 2007. Lembaran Negara Republik Indonesia Nomer 4756. Jakarta.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008. 4 Juli 2008. *Kriteria Ukuran Perusahaan*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomer 93. Jakarta.

Valentine, S. dan T. Barnett. 2003. "Ethics code awareness perceived ethical values, and organizational commitment". *Journal of Personal Selling and Sales Management*. 23: 359-367.

Wahyudi, D. 2015. Analisis Empiris Pengaruh Aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Penghindaran Pajak di Indonesia. *Jurnal Lingkar Widyaiswara*. 2(4): 05-17.

Wahyuningsih, A., dan N. M. Mahdar. 2018. Pengaruh Size, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi*. 5(1): 27-36.

Watson, L. 2011. Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Examination of Unrecognized Tax Benefits. *The Pennsylvania State of University*.

Wijaya, S. G. S., dan P. T. B. Hadiprajitno. 2017. Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Diponegoro Journal of Accounting*. 6(4):1-15.

Wirata, I. M., dan H. Rahyuda. 2018. The Effect of Profitability and Firm Size on Corporate Social Responsibility and Good Corporate Governance for Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Science and Research (IJSR)*. 8(8).

[www.gfintegrity.org](http://www.gfintegrity.org) [diakses pada 17 Januari 2020].

[www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org) [diakses pada 17 Januari 2020].

[www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) [diakses pada 15 Juni 2020]

## Lampiran 1 GRI Standards

<b>GRI 200 – STANDAR EKONOMI</b>
<b>201- Kinerja Ekonomi</b>
Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan
Implikasi finansial serta risiko dan peluang lain akibat dari perubahan iklim
Kewajiban program pensiun manfaat pasti dan program pensiun lainnya
Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah
<b>202- Keberadaan Pasar</b>
Rasio standar upah karyawan <i>entry-level</i> berdasarkan jenis kelamin terhadap upah minimum regional
Proporsi manajemen senior yang berasal dari masyarakat lokal
<b>203- Dampak Ekonomi Tidak Langsung</b>
Investasi infrastruktur dan dukungan layanan
Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan
<b>204- Praktik Pengadaan</b>
Proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal
<b>205- Anti Korupsi</b>
Operasi-operasi yang dinilai memiliki risiko terkait korupsi
Komunikasi dan pelatihan tentang kebijakan dan prosedur anti-korupsi
Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
<b>206- Perilaku Anti Persaingan</b>
Langkah-langkah hukum untuk perilaku anti-persaingan, praktik anti-trust dan monopoli
<b>GRI 300 – STANDAR LINGKUNGAN</b>
<b>301- Material</b>
Material yang digunakan berdasarkan berat atau volume
Material input dari daur ulang yang digunakan
Produk <i>reclaimed</i> dan material kemasannya
<b>302- Energi</b>
Konsumsi energi dalam organisasi
Konsumsi energi di luar organisasi
Intensitas energi
Pengurangan konsumsi energy
Pengurangan pada energi yang dibutuhkan untuk produk dan jasa
<b>303- Air</b>
Pengambilan air berdasarkan sumber
Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
Daur ulang dan penggunaan air kembali
<b>304- Keanekaragaman Hayati</b>

Lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola, atau berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung
Dampak signifikan dari kegiatan, produk, dan jasa pada keanekaragaman hayati
Habitat yang dilindungi atau direstorasi
Spesies Daftar Merah IUCN dan spesies daftar konservasi nasional dengan habitat dalam wilayah yang terkena efek operasi
<b>305- Emisi</b>
Emisi GRK (Cakupan 1) langsung
Emisi energi GRK (Cakupan 2) tidak langsung
Emisi GRK (Cakupan 3) tidak langsung lainnya
Intensitas emisi GRK
Pengurangan emisi GRK
Emisi zat perusak ozon (ODS)
Nitrogen oksida (NOX), sulfur oksida (SOX), dan emisi udara yang signifikan lainnya
<b>306- Air Limbah dan Limbah</b>
Pelepasan air berdasarkan kualitas dan tujuan
Limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
Tumpahan yang signifikan
Pengangkutan limbah berbahaya
Badan air yang dipengaruhi oleh pelepasan dan/atau limpahan air
<b>307- Kepatuhan Lingkungan</b>
Ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan tentang lingkungan hidup
<b>308- Penilaian Lingkungan Pemasok</b>
Seleksi pemasok baru dengan menggunakan kriteria lingkungan
Dampak lingkungan negatif dalam rantai pasokan dan tindakan yang telah diambil
<b>GRI 400 – STANDAR SOSIAL</b>
<b>401- Kepegawaian</b>
Perekrutan karyawan baru dan pergantian karyawan
Tunjangan yang diberikan kepada karyawan purnawaktu yang tidak diberikan kepada karyawan sementara atau paruh waktu
Cuti melahirkan
<b>402- Hubungan Tenaga kerja/ Manajemen</b>
Periode pemberitahuan minimum terkait perubahan operasional
<b>403- Kesehatan dan Keselamatan Kerja</b>
Perwakilan pekerja dalam komite resmi gabungan manajemen-pekerja untuk kesehatan dan keselamatan
Jenis kecelakaan kerja dan tingkat kecelakaan kerja, penyakit akibat pekerjaan, hari kerja yang hilang, dan ketidakhadiran, serta jumlah kematian terkait pekerjaan

Para pekerja dengan risiko kecelakaan atau penyakit berbahaya tinggi terkait dengan pekerjaan mereka
Topik kesehatan dan keselamatan tercakup dalam perjanjian resmi dengan serikat buruh
<b>404- Pelatihan dan Pendidikan</b>
Rata-rata jam pelatihan per tahun per karyawan
Program untuk meningkatkan keterampilan karyawan dan program bantuan peralihan
Persentase karyawan yang menerima tinjauan rutin terhadap kinerja dan pengembangan karier
<b>405- Keanekaragaman dan Kesempatan Setara</b>
Keanekaragaman badan tata kelola dan karyawan
Rasio gaji pokok dan remunerasi perempuan dibandingkan laki-laki
<b>406- Nondiskriminasi</b>
Insiden diskriminasi dan tindakan perbaikan yang dilakukan
<b>407- Kebebasan Berserikat dan Perundingan Kolektif</b>
Operasi dan pemasok di mana hak atas kebebasan berserikat dan perundingan kolektif mungkin berisiko
<b>408- Pekerja Anak</b>
Operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden pekerja anak
<b>409- Kerja Paksa dan Wajib Kerja</b>
Operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden kerja paksa atau wajib kerja
<b>410- Praktik Keamanan</b>
Petugas keamanan yang dilatih mengenai kebijakan atau prosedur hak asasi manusia
<b>411- Hak-Hak Masyarakat Adat</b>
Insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat
<b>412- Penilaian Hak Asasi Manusia</b>
Operasi-operasi yang telah melewati tinjauan hak asasi manusia atau penilaian dampak
Pelatihan karyawan mengenai kebijakan atau prosedur hak asasi manusia
Perjanjian dan kontrak investasi signifikan yang memasukkan klausul-klausul hak asasi manusia atau yang telah melalui penyaringan hak asasi manusia
<b>413- Masyarakat Lokal</b>
Operasi dengan keterlibatan masyarakat lokal, penilaian dampak, dan program pengembangan
Operasi yang secara aktual dan yang berpotensi memiliki dampak negatif signifikan terhadap masyarakat local
<b>414- Penilaian Sosial Pemasok</b>
Seleksi pemasok baru dengan menggunakan kriteria sosial
Dampak sosial negatif dalam rantai pasokan dan tindakan yang telah diambil

<b>415- Kebijakan Publik</b>
Kontribusi politik
<b>416- Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan</b>
Penilaian dampak kesehatan dan keselamatan dari berbagai kategori produk dan jasa
Insiden ketidakpatuhan sehubungan dengan dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa
<b>417- Pemasaran dan Pelabelan</b>
Persyaratan untuk pelabelan dan informasi produk dan jasa
Insiden ketidakpatuhan terkait pelabelan dan informasi produk dan jasa
Insiden ketidakpatuhan terkait komunikasi pemasaran
<b>418- Privasi Pelanggan</b>
Pengaduan yang berdasar mengenai pelanggaran terhadap privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan
<b>419- Kepatuhan Sosial Ekonomi</b>
Ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan di bidang sosial dan ekonomi

Sumber: GRI *Standards*

Lampiran 2 Perhitungan *Return on Asset* (ROA)

No	Nama Perusahaan	Tahun	Laba Bersih Setelah Pajak	Total Aset	ROA
1	PT Aneka Tambang Tbk (ANTM)	2018	1,636,002,591	32,195,350,845	0.0508
		2019	193,852,031	30,194,907,730	0.0064
2	PT Elnusa Tbk (ELSA)	2018	276,316	5,657,327	0.0488
		2019	356,477	6,805,037	0.0524
3	PT Bukit Asam Tbk (PBSA)	2018	5,121,112	24,172,933	0.2119
		2019	4,040,394	26,098,052	0.1548
4	PT Cita Mineral Investindo Tbk (CITA)	2018	661,324,058,495	3,268,567,743,522	0.2023
		2019	657,718,925,237	3,861,308,057,131	0.1703
5	PT Radiant Utama Interinsco Tbk (RUIS)	2018	27,055,086,453	990,372,318,692	0.0273
		2019	33,086,271,543	1,251,357,407,016	0.0264
6	PT Borneo Oleh Sarana Sukses Tbk (BOSS)	2018	22,301,405,644	536,867,715,737	0.0415
		2019	2,747,135,008	871,638,982,195	0.0032
7	PT Astra Agro Lestari Tbk (AALI)	2018	1,520,723	26,856,967	0.0566
		2019	243,629	26,974,124	0.0090
8	PT Andira Agro Tbk (ANDI)	2018	17,199,020,715	539,805,449,943	0.0319
		2019	12,492,217,169	487,338,794,012	0.0256
9	PT Bisi International Tbk (BISI)	2018	403,870	2,765,010	0.1461
		2019	306,952	2,941,056	0.1044
10	PT Dharma Samudera Fishing Indust Tbk (DSFI)	2018	8,642,591,060	404,997,860,246	0.0213
		2019	8,460,708,045	391,479,346,685	0.0216
11	PT Dharma Satya Nusantara Tbk (DSNG)	2018	427,245	11,738,892	0.0364
		2019	178,164	11,620,821	0.0153
12	PT PP London Sumatra Indonesia Tbk (LSIP)	2018	329,426	10,037,294	0.0328
		2019	252,630	10,225,322	0.0247
13	PT Mahkota Group Tbk (MGRO)	2018	84,172,119,363	1,078,147,667,948	0.0781
		2019	25,609,796,031	1,360,106,993,113	0.0188
14	PT Smart Tbk (SMAR)	2018	597,773	29,310,310	0.0204
		2019	898,698	27,787,527	0.0323
15	PT Sawit Sumbermas Sarana Tbk (SSMS)	2018	86,770,969	11,296,112,298	0.0077
		2019	12,081,959	11,845,204,657	0.0010
16	PT Capitalic Investment Tbk (MTFN)	2018	13,853,850,297	1,126,221,625,219	0.0123
		2019	11,985,380,533	815,864,709,200	0.0147

## Lampiran 3 Perhitungan Ukuran Perusahaan (SIZE)

No	Nama Perusahaan	Tahun	Total Penjualan	LN (Total Penjualan)
1	PT Aneka Tambang Tbk (ANTM)	2018	25,275,245,970	23.9531
		2019	32,718,542,699	24.2112
2	PT Elnusa Tbk (ELSA)	2018	6,624,774	15.7063
		2019	8,385,122	15.9420
3	PT Bukit Asam Tbk (PBSA)	2018	21,166,993	16.8680
		2019	21,787,564	16.8968
4	PT Cita Mineral Investindo Tbk (CITA)	2018	2,002,672,812,898	28.3255
		2019	3,894,771,060,856	28.9907
5	PT Radiant Utama Interinsco Tbk (RUIS)	2018	1,298,117,469,650	27.8919
		2019	1,596,396,576,716	28.0988
6	PT Borneo Oleh Sarana Sukses Tbk (BOSS)	2018	272,403,703,821	26.3306
		2019	271,218,864,514	26.3262
7	PT Astra Agro Lestari Tbk (AALI)	2018	19,084,387	16.7644
		2019	17,452,736	16.6750
8	PT Andira Agro Tbk (ANDI)	2018	300,278,949,718	26.4280
		2019	311,779,628,307	26.4656
9	PT Bisi International Tbk (BISI)	2018	2,265,615	14.6334
		2019	2,272,410	14.6364
10	PT Dharma Samudera Fishing Indust Tbk (DSFI)	2018	652,519,543,510	27.2041
		2019	476,786,004,054	26.8903
11	PT Dharma Satya Nusantara Tbk (DSNG)	2018	4,761,805	15.3761
		2019	5,736,684	15.5624
12	PT PP London Sumatra Indonesia Tbk (LSIP)	2018	4,019,846	15.2068
		2019	3,699,439	15.1237
13	PT Mahkota Group Tbk (MGRO)	2018	2,001,284,460,551	28.3248
		2019	1,953,747,315,540	28.3008
14	PT Smart Tbk (SMAR)	2018	37,391,643	17.4370
		2019	36,198,102	17.4045
15	PT Sawit Sumbermas Sarana Tbk (SSMS)	2018	3,710,780,545	22.0345
		2019	3,277,806,795	21.9104
16	PT Capitalic Investment Tbk (MTFN)	2018	576,369,073,153	27.0800
		2019	856,238,894,543	27.4758

Lampiran 4 Perhitungan *Effective Tax Rate (ETR)*

No	Nama Perusahaan	Tahun	Beban Pajak Penghasilan	Laba Sebelum Pajak	ETR
1	PT Aneka Tambang Tbk (ANTM)	2018	391,075,213	2,013,152,801	0.1943
		2019	493,182,022	687,034,053	0.7178
2	PT Elnusa Tbk (ELSA)	2018	100,502	376,818	0.2667
		2019	138,102	494,579	0.2792
3	PT Bukit Asam Tbk (PBSA)	2018	1,677,944	6,799,056	0.2468
		2019	1,414,768	5,455,162	0.2593
4	PT Cita Mineral Investindo Tbk (CITA)	2018	63,663,122,428	724,987,180,923	0.0878
		2019	190,537,780,439	848,256,705,676	0.2246
5	PT Radiant Utama Interinsco Tbk (RUIS)	2018	17,524,863,414	44,579,949,867	0.3931
		2019	17,566,773,598	50,653,045,141	0.3468
6	PT Borneo Oleh Sarana Sukses Tbk (BOSS)	2018	8,896,313,250	31,197,718,894	0.2852
		2019	3,711,798,500	6,458,933,508	0.5747
7	PT Astra Agro Lestari Tbk (AALI)	2018	686,357	2,207,080	0.3110
		2019	417,231	660,860	0.6313
8	PT Andira Agro Tbk (ANDI)	2018	6,609,881,939	23,808,902,654	0.2776
		2019	4,263,467,462	16,755,684,631	0.2544
9	PT Bisi International Tbk (BISI)	2018	101,629	505,499	0.2010
		2019	97,819	404,771	0.2417
10	PT Dharma Samudera Fishing Indust Tbk (DSFI)	2018	2,829,533,184	11,472,124,244	0.2466
		2019	2,570,202,049	11,030,910,094	0.2330
11	PT Dharma Satya Nusantara Tbk (DSNG)	2018	178,847	611,264	0.2926
		2019	101,920	280,084	0.3639
12	PT PP London Sumatra Indonesia Tbk (LSIP)	2018	87,626	417,052	0.2101
		2019	100,113	352,743	0.2838
13	PT Mahkota Group Tbk (MGRO)	2018	22,526,055,980	106,698,175,343	0.2111
		2019	7,764,880,415	33,374,676,446	0.2327
14	PT Smart Tbk (SMAR)	2018	103,731	701,504	0.1479
		2019	267,355	1,166,053	0.2293
15	PT Sawit Sumbermas Sarana Tbk (SSMS)	2018	254,097,843	340,868,812	0.7454
		2019	142,510,662	154,592,621	0.9218
16	PT Capitalic Investment Tbk (MTFN)	2018	3,043,318,328	11,779,940,857	0.2583
		2019	5,525,229,556	18,002,349,327	0.3069

## Lampiran 5 Perhitungan CSR

No	Nama Perusahaan	Tahun	Total Pengungkapan CSR	Jumlah Item Maksimal	Indeks CSR
1	PT Aneka Tambang Tbk (ANTM)	2018	32	77	0.4156
		2019	32	77	0.4156
2	PT Elnusa Tbk (ELSA)	2018	5	77	0.0649
		2019	5	77	0.0649
3	PT Bukit Asam Tbk (PBSA)	2018	55	77	0.7143
		2019	44	77	0.5714
4	PT Cita Mineral Investindo Tbk (CITA)	2018	16	77	0.2078
		2019	6	77	0.0779
5	PT Radiant Utama Interinsco Tbk (RUIS)	2018	12	77	0.1558
		2019	15	77	0.1948
6	PT Borneo Oleh Sarana Sukses Tbk (BOSS)	2018	12	77	0.1558
		2019	13	77	0.1688
7	PT Astra Agro Lestari Tbk (AALI)	2018	26	77	0.3377
		2019	27	77	0.3506
8	PT Andira Agro Tbk (ANDI)	2018	6	77	0.0779
		2019	8	77	0.1039
9	PT Bisi International Tbk (BISI)	2018	14	77	0.1818
		2019	14	77	0.1818
10	PT Dharma Samudera Fishing Indust Tbk (DSFI)	2018	6	77	0.0779
		2019	6	77	0.0779
11	PT Dharma Satya Nusantara Tbk (DSNG)	2018	16	77	0.2078
		2019	16	77	0.2078
12	PT PP London Sumatra Indonesia Tbk (LSIP)	2018	28	77	0.3636
		2019	27	77	0.3506
13	PT Mahkota Group Tbk (MGRO)	2018	7	77	0.0909
		2019	9	77	0.1169
14	PT Smart Tbk (SMAR)	2018	25	77	0.3247
		2019	37	77	0.4805
15	PT Sawit Sumbermas Sarana Tbk (SSMS)	2018	35	77	0.4545
		2019	16	77	0.2078
16	PT Capitalic Investment Tbk (MTFN)	2018	4	77	0.0519
		2019	4	77	0.0519

## Lampiran 6 Uji Statistik Deskriptif

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	32	.0010	.2119	.053347	.0591211
SIZE	32	14.6334	28.9907	21.889840	5.5249117
ETR	32	.0878	.9218	.327397	.1864648
CSR	32	.0519	.7143	.234563	.1685931
Valid N (listwise)	32				

## Lampiran 7 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Standardized Residual
N		32
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.95038193
Most Extreme Differences	Absolute	.100
	Positive	.100
	Negative	-.080
Test Statistic		.100
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

**Lampiran 8 Uji Multikolinearitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

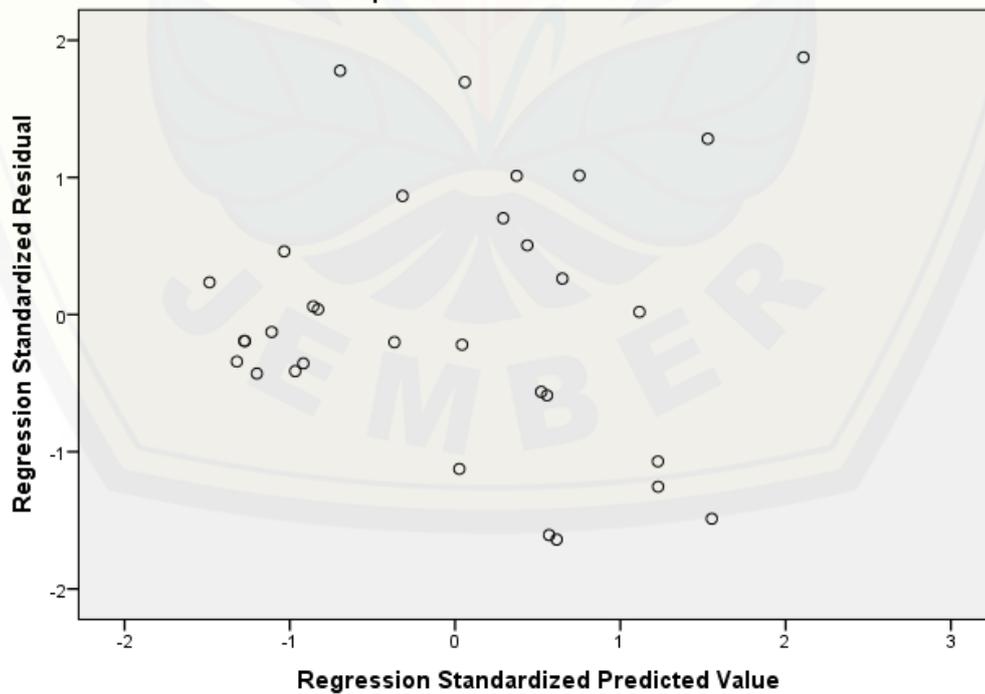
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.364	.128		2.840	.008		
	ROA	1.090	.487	.382	2.240	.033	.781	1.280
	SIZE	-.013	.005	-.431	-2.837	.008	.985	1.015
	ETR	.306	.153	.339	1.998	.056	.791	1.264

a. Dependent Variable: CSR

**Lampiran 9 Uji Heteroskedastisitas**

**Scatterplot**

Dependent Variable: CSR



### Lampiran 10 Uji Autokorelasi

Runs Test	
Unstandardized Residual	
Test Value <sup>a</sup>	-.02248
Cases < Test Value	16
Cases >= Test Value	16
Total Cases	32
Number of Runs	20
Z	.898
Asymp. Sig. (2-tailed)	.369

a. Median

### Lampiran 11 Uji Statistik Parameter Individual (Uji t)

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.364	.128		2.840	.008		
	ROA	1.090	.487	.382	2.240	.033	.781	1.280
	SIZE	-.013	.005	-.431	-2.837	.008	.985	1.015
	ETR	.306	.153	.339	1.998	.056	.791	1.264

a. Dependent Variable: CSR

## Lampiran 12 Uji f

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.320	3	.107	5.326	.005 <sup>b</sup>
	Residual	.561	28	.020		
	Total	.881	31			

a. Dependent Variable: CSR

b. Predictors: (Constant), ETR, SIZE, ROA

## Lampiran 13 Uji Koefisien Determinasi

		Model Summary <sup>b</sup>			
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.603 <sup>a</sup>	.363	.295	.14155	2.781

a. Predictors: (Constant), ETR, SIZE, ROA

b. Dependent Variable: CSR