

**PENGARUH *MEDIA EXPOSURE*, AGRESIVITAS PAJAK, DAN  
PROFITABILITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY***

*(Studi Empiris Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI periode 2016 - 2019)*

**SKRIPSI**

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1

dalam Ilmu Akuntansi Syariah



Oleh:

Ema Fitrotul Muna

NIM 1705046081

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO

SEMARANG

2021

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks

Hal : Naskah Skripsi

An. Sdri. Ema Fitrotul Muna

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya teliti dan melakukan perbaikan yang diperlukan, bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Ema Fitrotul Muna

NIM : 1705046081

Judul Skripsi : Pengaruh Media Exposure, Agresivitas Pajak, dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2019)

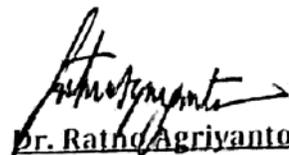
Dengan ini, saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 31 Mei 2021

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Dr. Ratho Agriyanto, M. Si, Akt

NIP. 19800128 200801 1 010

  
Dessy Noor Farida, SE, M. Si, AK CA

NIP. 19791222 201503 2 004



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Kampus 3 Semarang 50185 Telp/Fax. (024)7 601291  
website : [www.febi.walisongo.ac.id](http://www.febi.walisongo.ac.id), Email : febi@walisongo.ac.id

**PENGESAHAN**

Skripsi Saudari : Ema Fitrotul Muna  
NIM : 1705046081  
Judul : Pengaruh Media Exposure, Agresivitas Pajak, dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI periode 2016-2019)

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup, pada tanggal: **25 Juni 2021**

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2021.

Semarang, 25 Juni 2021

Ketua Sidang

Sekretaris Sidang

  
**Dr. H. Muhammad Saifullah, M. Ag.**  
NIP. 19700321 199603 1 003

Penguji I

  
**Heny Yuniyanti, SE., M. Si.**  
NIP. 19810609 200710 2 005

Pembimbing I

  
**Dr. Ratno Agriyanto, M. Si., Akt**  
NIP. 19800128 200801 1 010

  
**Dr. Ratno Agriyanto, M. Si., Akt**  
NIP. 19800128 200801 1 010

Penguji II

  
**H. Ade Yusuf Mujaddid, M. Ag.**  
NIP. 19670119 199803 1 002

Pembimbing II

  
**Dessy Noor Farida, SE, M. Si, AK CA**  
NIP. 19791222 201503 2 004

## MOTTO

يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

*“Niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”*

*(Al-Mujadilah [58]:11)*

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

*“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”*

*(Al-Baqarah [2]:286)*

*“Barang siapa yang menapaki suatu jalan dalam rangka menuntut ilmu, maka Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga.”*

*(HR Ibnu Majah & Abu Dawud).*

*“Kesabaran adalah ketika hati tidak merasa marah terhadap apa yang sudah ditakdirkan dan mulut tidak mengeluh.”*

*(Ibnu Qayyim)*

## PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat dan hidayat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam tak lupa penulis haturkan kepada Nabi Agung Nabi Muhammad SAW yang menjadi panutan kita dalam segala aspek kehidupan. Dengan penuh kerendahan hati, maka penulis ingin mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Sanusi dan Ibu Munawaroh yang selalu memberikan dukungan, semangat dan do'a yang tak pernah henti dipanjatkan sepanjang waktu.
2. Keluarga besar serta teman-teman yang selalu memberikan motivasi dan support semangat selama ini.
3. Almamater Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, beserta Teman seperjuangan Akuntansi Syariah angkatan 2017 yang telah memberikan dukungan.
4. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah berjasa dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

## DEKLARASI

Dengan penuh rasa tanggungjawab dan kejujuran, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah diterbitkan atau yang penuh ditulis oleh pihak lain. Demikian juga skripsi ini tidak mengandung pemikiran-pemikiran pihak lain, kecuali untuk informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan dasar rujukan.

Semarang, Mei 2021

Deklator



**Ema Fitrotul Muna**

**NIM 1705046081**

## PEDOMAN TRANSLITERASI HURUF ARAB KE HURUF LATIN

Pada penulisan penelitian atau skripsi ini terdapat nama, tulisan dan lain sebagainya yang berasal dari Bahasa Arab yang perlu disalin dengan huruf Latin. Untuk menjaga keseragaman dalam penulisan dan bacaan, maka berikut ini merupakan pedoman transliterasi huruf yang menjadi dasar penulisan:

### A. Konsonan

ARAB		LATIN	
Kons.	Nama	Kons.	Nama
ا	Alif	-	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tsa	ṣ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Cha	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Ẓ	z (dengan titik di atasnya)
ر	Ra	R	Er
ز	Za	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sh	Es dan ha
ص	Shad	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dlat	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Tha	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Dha	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)

ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Ghain	Gh	Ge dan ha
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka

## B. Vokal

Vokal dalam tulisan arab terdiri dari:

◌ - = **a**

◌ - = **i**

◌ - = **u**

## C. Diftong

Diftong atau vokal rangkap dalam Bahasa Arab memiliki lambang berupa perpaduan antara huruf dengan harakat, bentuk transliterasi dalam tulisan latin dilambangkan seperti berikut ini:

1) Vokal rangkap (أَوْ) dilambangkan dengan gabungan huruf *aw*, misalnya:

*al-yawm.*

2) Vokal rangkap (أَيُّ) dilambangkan dengan gabungan huruf *ay*, misalnya:

*al-bayt.*

## D. Syaddah (◌ - )

Syaddah atau Tasydid dalam Bahasa Arab dilambangkan dengan konsonan ganda yang bertanda syaddah, misalnya:

(طَيِّب = *tayyib*).

E. Kata Sandang ( . ال )

Kata sandang dalam Bahasa Arab memiliki lambang ... ال yang terpisah dari kata yang mengikuti dan diberi tanda hubung, misalnya:

( السماء = *al-samā a'* ).

F. Ta' Marbutah ( ة )

Ta' Marbutah yang mati dibaca seperti berharakat sukun, dalam transliterasi ke tulisan latin lambangnya yaitu huruf "h". Untuk Ta' marbutah yang hidup dilambangkan huruf "t".

G. Tanda Apostrof ( ' )

Tanda ini sebagai transliterasi huruf hamzah yang hanya berlaku untuk yang terletak di tengah atau di akhir kata, misalnya:

( رَوْحٌ = *ru'yah* ).

## ABSTRAK

Perusahaan pertambangan memiliki kegiatan usaha yang sangat berkaitan dengan lingkungan sekitar masyarakat, maka perlu dibarengi dengan upaya-upaya pertanggungjawaban social. *Corporate social Responsibility* merupakan suatu program komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi terhadap masyarakat dan lingkungan guna menjaga serta menciptakan kehidupan yang keberlanjutan. Namun tingkat kesadaran perusahaan di Indonesia untuk melakukan program *corporate social responsibility* masih rendah. Hal itu berdasarkan dari temuan riset yang menunjukkan bahwa Indonesia memperoleh nilai sebesar 48,4, lebih sedikit dibandingkan negara Thailand dan Singapore. Dalam penelitian ini, pengungkapan CSR dipengaruhi beberapa faktor yaitu *Media Exposure*, Agresivitas Pajak dan Profitabilitas.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh *media exposure*, agresivitas pajak, dan profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sampel penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yang berjumlah sebanyak 19 perusahaan. data penelitian berupa data sekunder diantaranya artikel, jurnal ilmiah dan laporan tahunan perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2016-2019. Teknik analisis data yang digunakan yaitu Regresi Linear Berganda dengan alat bantu aplikasi Software SPSS versi 16.0.

Hasil dari analisis regresi linier berganda pada penelitian ini menyatakan bahwa (1) Media Exposure berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, (2) Agresivitas Pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, dan (3) Profitabilitas yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

**Kata Kunci:** *media exposure*, agresivitas pajak, profitabilitas, dan *corporate social responsibility*

## ABSTRACT

*Mining companies have business activities that are closely related to the environment around the community, so it needs to be accompanied by social responsibility efforts. Corporate social responsibility is a program of the company's commitment to contribute to society and the environment in order to maintain and create a sustainable life. However, the level of awareness of companies in Indonesia to carry out corporate social responsibility programs is still low. This is based on research findings which show that Indonesia received a score of 48.4, less than Thailand and Singapore. In this study, CSR disclosure is influenced by several factors, namely Media Exposure, Tax Aggressiveness and Profitability.*

*This study aims to determine the effect of media exposure, tax aggressiveness, and profitability on the disclosure of corporate social responsibility. This type of research is quantitative research. The sample of this research used purposive sampling method which amounted to 19 companies. research data in the form of secondary data including articles, scientific journals and annual reports of mining companies listed on the IDX for the 2016-2019 period. The data analysis technique used is Multiple Linear Regression with SPSS software application tool version 16.0.*

*The results of the multiple linear regression analysis in this study state that (1) Media Exposure has no significant negative effect on the disclosure of corporate social responsibility, (2) Tax aggressiveness does not significantly affect the disclosure of corporate social responsibility, and (3) Profitability has a positive and significant effect. on the disclosure of corporate social responsibility.*

**Keywords:** *media exposure, tax aggressiveness, profitability, and corporate social responsibility*

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kehadirat Nabi Agung Muhammad SAW. Sehingga berkat karunia dan pertolongan dari Allah SWT penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Media Exposure, Agresivitas Pajak, dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*” (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2019)**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar program Sarjana Strata satu (S.1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi masih terdapat banyak kekurangan, tetapi dengan adanya bimbingan, dukungan, bantuan, dan saran dari berbagai pihak hingga skripsi dapat diselesaikan dengan baik. Pada kesempatan kali ini, perkenankan penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M. Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M. Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Bapak Dr. Ratno Agriyanto, SE., M.Si., Akt. CA, CPA selaku Ketua Jurusan Akuntansi Syariah serta selaku pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bantuan dalam penulisan skripsi, dan Warno, SE., M.Si selaku Sekjur Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Ibu Dessy Noor Farida, SE, M. Si, AK CA, selaku pembimbing II dan Wali Dosen yang telah memberikan, arahan, bimbingan, dan saran dalam proses penulisan skripsi.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta bimbingan selama penulis menempuh studi belajar.

6. Seluruh staff dan karyawan UIN Walisongo Semarang, khususnya staff dan karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu dalam proses administrasi guna keperluan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu tercinta yang telah membesarkan dan yang selalu mendoakan dengan tulus serta ikhlas untuk kesuksesan anaknya.
8. Keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan bantuan selama proses studi di UIN Walisongo Semarang.
9. Teman-teman seperjuangan AKS-B angkatan 2017, khususnya Syifaun, Nisa, Dinna, Sindi, dan Widy yang telah memberikan warna selama perkuliahan dan memberikan semangat untukku.
10. Semua orang-orang baik yang ada disekitarku tak berhenti memberikan semangat, dukungan, dan bantuan yang sangat bermanfaat bagi penulis.

# DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>DEKLARASI.....</b>	<b>v</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI HURUF ARAB KE HURUF LATIN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Perumusan Masalah .....</b>	<b>7</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>7</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian.....</b>	<b>8</b>
<b>1.5 Sistematika Penulisan.....</b>	<b>8</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
<b>2.1 Teori Legitimasi.....</b>	<b>10</b>
<b>2.2 <i>Corporate Social Responsibility</i> .....</b>	<b>10</b>
<b>2.3 <i>Media Exposure</i>.....</b>	<b>14</b>
<b>2.4 Agresivitas Pajak .....</b>	<b>16</b>
<b>2.5 Profitabilitas .....</b>	<b>18</b>
<b>2.6 Rumusan Hipotesis .....</b>	<b>19</b>

2.6.1	Pengaruh Media Exposure Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	19
2.6.2	Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	20
2.6.3	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....		24
<b>3.1</b>	<b>Jenis dan Sumber Data</b> .....	24
<b>3.2</b>	<b>Populasi dan Sampel</b> .....	24
<b>3.3</b>	<b>Metode Pengumpulan Data</b> .....	25
<b>3.4</b>	<b>Variabel Penelitian dan Pengukuran</b> .....	25
3.4.1	Variabel Dependen.....	25
3.4.2	Variabel Independen.....	26
<b>3.5</b>	<b>Teknik Analisis Data</b> .....	28
3.5.1	Analisis Statistika Deskriptif .....	29
3.5.2	Uji Asumsi Klasik .....	29
3.5.3	Uji Hipotesis .....	30
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b> .....		33
<b>4.1</b>	<b>Gambaran Umum Objek Penelitian</b> .....	33
<b>4.2</b>	<b>Analisis Data</b> .....	36
4.2.1	Uji Statistik Deskriptif .....	36
4.2.2	Uji Asumsi Klasik .....	38
4.2.3	Uji Hipotesis .....	43
<b>4.3</b>	<b>Pembahasan</b> .....	48
<b>BAB V PENUTUP</b> .....		53
<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan</b> .....	53
<b>5.2</b>	<b>Saran</b> .....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		55
<b>LAMPIRAN</b> .....		58
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....		76

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. Grafik Hasil CSRDI Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI 2016-2019 .....</b>	<b>4</b>
<b>Gambar 2. Kerangka Konseptual .....</b>	<b>23</b>
<b>Gambar 3. Hasil Uji Normalitas .....</b>	<b>39</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar Pemilihan Sampel.....	34
Tabel 2. Daftar Perusahaan Sampel.....	35
Tabel 3. Hasil Uji Analisis Deskriptif.....	37
Tabel 4. Hasil Uji Normalitas .....	39
Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas .....	41
Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	41
Tabel 7. Hasil Uji Autokorelasi.....	43
Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	43
Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinan (R <sup>2</sup> ).....	45
Tabel 10. Hasil Uji Signifikansi Simultan .....	46
Tabel 11. Hasil Uji Regresi Parsial.....	46

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Aktivitas-aktivitas perkonomian di dunia kini semakin berkembang. Dimana kegiatan usahanya tidak hanya berupa kegiatan fisik jual beli barang atau jasa, tetapi juga adanya kegiatan investasi. Di Indonesia pada tahun 1912 muncul lembaga yang bernama Bursa Efek Indonesia. Bursa Efek Indonesia atau IDX adalah lembaga atau pihak menyediakan dan menyelenggarakan sarana kegiatan penawaran jual dan beli efek suatu perusahaan antara pihak satu dengan yang lainnya. Para stakeholder dapat melakukan kegiatan investasi di Bursa Efek Indonesia yang memperdagangkan efek atau surat-surat berharga. Didalam Bursa Efek Indonesia surat-surat berharga yang perjualbelikan diantaranya saham, obligasi, reksadana dan lain sebagainya.

Bursa Efek Indonesia juga dikenal sebagai pasar modal atau tempat berlangsungnya kegiatan transaksi efek perusahaan. Dalam pasar tersebut, berbagai macam perusahaan yang sudah *go public* dapat terdaftar atau listing pada BEI. Perusahaan-perusahaan yang terdaftar dalam BEI meliputi dari 9 sektor usaha yaitu *Mining* (Pertambangan), *Agriculture* (Sektor Pertanian), Sektor *Consumer Goods Industry, Basic Industry & Chemicals* (Industri Dasar dan Kimia), Bangunan *Property, Real Estate, and Building Construction, Miscellaneous Industry* (Aneka Industri), Sektor *Trade, Service, and Investment* (Perdagangan, Jasa, dan Investasi), Sektor *Finance* (Finansial), dan *Infrastructure, Utility, and Transportation* (Infrastruktur, Utilitas dan Transportasi).

Perusahaan sektor pertambangan (*Mining*) merupakan salah satu bagian dari perusahaan-perusahaan yang tercatat di BEI. Di Indonesia perusahaan pertambangan banyak tersebar diseluruh wilayah dan pelosok negeri dengan spesifik masing-masing. Akan tetapi, perusahaan pertambangan termasuk perusahaan yang paling berpengaruh bagi kelangsunga hidup dan lingkungan. Karena kegiatan dari perusahaan tersebut sangat berkaitan dengan alam, mulai dari awal operasional sampai tahap akhirpun akan memberikan dampak bagi lingkungan serta masyarakat. Sehingga para pemangku kepentingan perlu melakukan upaya-upaya untuk mengantisipasi segala dampa yang ditimbulkan dari aktivitas pertambangan. Kegiatan perusahaan yang termasuk bentuk perhatian dan kepedulian terhadap kesejahteraan sosial biasa dikenal dengan *Corporate Social*

*Responsibility. Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah suatu aktivitas atau kegiatan pertanggung jawaban yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan kontribusi terhadap masyarakat atau lingkungan guna menjaga dan menciptakan keberlanjutan lingkungan yang lebih baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang.

Pengungkapan CSR merupakan suatu kewajiban bagi setiap perusahaan yang di atur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.<sup>1</sup> Dengan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility (CSR)* menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik dan mempunyai nilai perusahaan yang bagus di masyarakat. Selain memperoleh keuntungan yang tinggi, perusahaan yang mengungkapkan CSR membuktikan bahwa perusahaan peduli dengan keberlanjutan kehidupan sekitar perusahaan. Disamping itu, pemerintah Indonesia juga merespon dengan mengeluarkan Undang-Undang Republik Indonesia No 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, khususnya pasal 15 tentang Perseroan Terbatas, yang mewajibkan perseroan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial serta lingkungan.<sup>2</sup> Adanya peraturan – peraturan tersebut, diharapkan dapat mendorong semua perusahaan khususnya yang bergerak dibidang pertambangan untuk menerapkan program *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Sehingga dibutuhkan kesadaran yang tinggi dari pihak perusahaan agar dapat terwujud kegiatan *corporate social responsibility*.

Upaya pertanggungjawaban sosial atau *Corporate Social Responsibility* dianggap tepat untuk menangani dampak produksi dan kesenjangan dimasyarakat. Program-program CSR yang dilakukan perusahaan pertambangan meliputi aspek peningkatan ekonomi, pengembangan mutu pendidikan, pelestarian lingkungan, penyaluran bantuan kesehatan, dan pemberdayaan sumber daya manusia. Bentuk dari kegiatan CSR memang ditujukan bagi masyarakat, namun perusahaan juga dapat memperoleh manfaat lain yang menambah profit perusahaan. Dari berbagai macam program *corporate social responsibility* yang telah

---

<sup>1</sup> Plorensia, Winda A.P, and Pancawati Hardiningsih. "Pengaruh Agresivitas Pajak Dan Media Exposure Terhadap Corporate Social Responsibility." *Dinamika Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan* 4, No. 2 (2015): 136–151.

<sup>2</sup> Wiwiek Dianawati, "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Sertifikasi Lingkungan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Di Indonesia," *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)* 20, no. 2 (2017): 226.

dilaksanakan, maka akan tercipta kesejahteraan dan hubungan yang harmonis antara perusahaan pertambangan dengan lingkungan masyarakat sekitar.

Dalam realita dilapangan, Kesadaran perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan di Indonesia masih perlu diuji khususnya untuk mengetahui motivasi perusahaan terlibat dalam tanggung jawab sosial dan lingkungan.<sup>3</sup> Karena *Corporate Social Responsibility* dikalangan perusahaan masih menjadi persoalan yang tabu dan tidak jelas. Anggapan tersebut sebagaimana yang terjadi pada beberapa perusahaan yang melakukan kegiatan CSR yang motivasi hanya sekedar menaati regulasi pemerintah. Selain itu, menurut riset *Centre for Governance, Institutions, and Organization National University of Singapore (NUS) Business School* menyatakan bahwa tingkat kualitas *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab social perusahaan di Indonesia tergolong lebih rendah dibandingkan perusahaan di Thailand dan Singapore.<sup>4</sup> Riset tersebut mengambil sampel dari empat negara yaitu Indonesia, Malaysia, Thailand, dan Singapore. Berdasarkan riset yang telah dilakukan Indonesia memperoleh nilai sebesar 48,4 dan Malaysia sebesar 47,7, sedangkan Thailand memperoleh nilai yang paling tinggi yaitu sebesar 56,8 dan Singapore sebesar 48,8 dari total 100. Penilaian kualitas CSR berdasarkan kriteria sejumlah indikator dari *Global Reporting Initiative (GRI)*.

Penyebab rendahnya tingkat kualitas pemahaman perusahaan tentang praktik *corporate social responsibility* di Indonesia yaitu perusahaan hanya sekedar fokus pada pelaporan CSR tanpa mengimplementasikan praktik CSR secara utuh. Perusahaan pertambangan menjadi fokus utama dalam penelitian ini. Perusahaan sektor ini sangat berkaitan dengan lingkungan dan sosial masyarakat, maka sangat erat kaitannya dengan program *corporate social responsibility*. Pengungkapan kegiatan CSR pada perusahaan pertambangan menggunakan indikator GRI versi G4. Namun tingkat pengimplementasian indikator pada masing-masing perusahaan memiliki tingkat yang beraneka ragam. Hal tersebut dapat diketahui

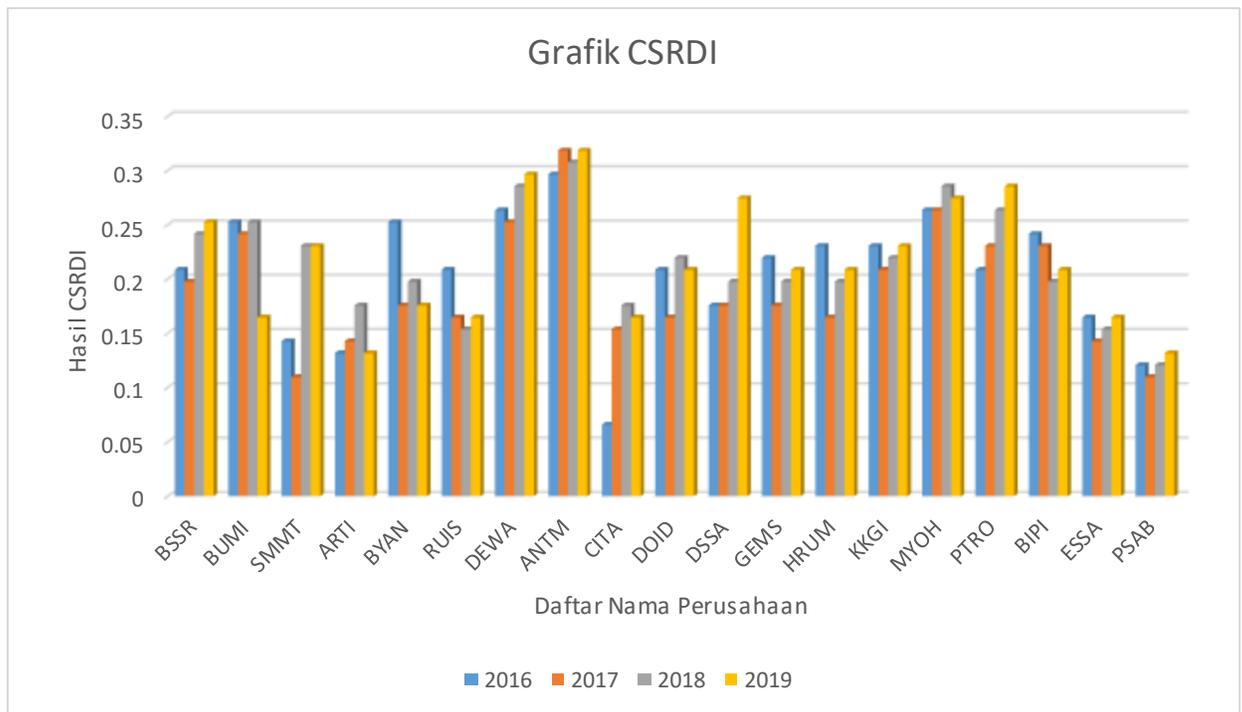
---

<sup>3</sup> Ibid.

<sup>4</sup> Riva Dessthania Suastha, "Riset Temukan Kualitas CSR Perusahaan Indonesia Rendah," *CNN Indonesia* (Singapore, 2016), <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20160721074144-20-146030/riset-temukan-kualitas-csr-perusahaan-indonesia-rendah>.

pada grafik hasil perhitungan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) berikut ini:

**Gambar 1. Grafik Hasil CSRDI Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI 2016-2019**



**Sumber: Annual Report perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI 2016-2019**

Grafik diatas menunjukkan bahwa tingkat kualitas pengimplementasian praktik CSR pada perusahaan pertambangan di Indonesia yang sesuai dengan GRI termasuk rendah, karena hasilnya hanya mencapai nilai 0,318681. Dari semua perusahaan tersebut hanya terdapat 2 perusahaan yaitu PT Dian Swastatika Sentosa Tbk dan PT Petrosea Tbk dengan nilai yang terus meningkat dari tahun 2016 sampai tahun 2019. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut telah berupaya menerapkan praktik CSR dengan sangat baik karena adanya perubahan yang signifikan dari tahun ke tahun berikutnya. Akan tetapi, mayoritas perusahaan tambang tingkat pengimplementasian praktik CSR masih fluktuatif. Perusahaan tersebut belum secara konsisten menjaga dan melaksanakan *corporate social responsibility*. Berdasarkan hasil dari *CSRDI* yang fluktuatif dan belum konsisten, maka hal itu membuktikan bahwa kualitas praktik CSR perusahaan pertambangan di Indonesia masih rendah. Karena disisi lain, perusahaan

melaksanakan program tersebut tujuannya tidak sepenuhnya untuk lingkungan sosial tetapi perusahaan juga mengharapkan pengaruh yang lain.

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan sebelumnya, menunjukkan terjadinya benturan atau ketidaksesuaian pelaksanaan program *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan di Indonesia. Ketidasesuaian pelaksanaan *corporate social responsibility* perusahaan pertambangan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal perusahaan. Adapun salah satu faktor yang memberi pengaruh terhadap CSR yaitu *Media Exposure*. Hal tersebut sebagaimana dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Plorensia yang menunjukkan bahwa *Media Exposure* memiliki pengaruh dalam pengungkapan CSR.<sup>5</sup> Adapun bentuk dari media exposure yaitu memaparkan dan menginformasikan segala macam aktivitas yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan. Pada era semakin maju saat ini, media memiliki peran yang penting untuk berbagai bidang kehidupan termasuk juga dalam pengungkapan CSR. Karena dengan adanya *media exposure* akan membantu mempermudah perusahaan untuk menyampaikan segala kegiatan pertanggung jawaban social kepada masyarakat. Selain sangat bermanfaat bagi masyarakat sekitar perusahaan, informasi tersebut juga berguna bagi para pemangku kepentingan seperti para investor. Namun, hal itu tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Decky Darmawan yang menyatakan bahwa *media exposure* atau pengungkapan media tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.<sup>6</sup>

Perusahaan dikatakan baik, ketika perusahaan menjadi wajib pajak yang taat dalam membayar semua pajak yang dibebankan kepadanya. Tetapi, masih terdapat perusahaan yang memanipulasi mengenai pembayaran pajak. Beberapa upaya dilakukan perusahaan tersebut yaitu dengan kegiatan agresivitas pajak. Agresivitas pajak ialah usaha perusahaan untuk menurunkan beban pajak yang harus dibayar menjadi lebih rendah dari beban yang sesungguhnya. Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan untuk meminimalkan pengeluaran perusahaan. Untuk mengalihkan perhatian masyarakat mengenai kegiatan tersebut, maka

---

<sup>5</sup> Plorensia, Winda A.P, and Pancawati Hardiningsih. "Pengaruh Agresivitas Pajak Dan Media Eksplosure Terhadap Corporate Social Responsibility." *Dinamika Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan* 4, No. 2 (2015): 136–151.

<sup>6</sup> Decky Dermawan, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility," *Accounting Analysis Journal* 4, no. 4 (2015): 158–165.

perusahaan akan berusaha mengungkapkan program CSR dengan baik. Menurut penelitian Wijaya menyatakan bahwa Agresivitas pajak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.<sup>7</sup> Sehingga melalui pengungkapan CSR menjadikan masyarakat akan berpikir bahwa perusahaan memiliki perhatian terhadap lingkungan social masyarakat dan tidak memperhatikan perihal pajak dari perusahaan. Tetapi, pernyataan tersebut berbanding terbalik dengan penelitian Ramadhan bahwa Agresivitas Pajak tidak berpengaruh terhadap CSR.<sup>8</sup>

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* juga dipengaruhi faktor kinerja keuangan perusahaan berupa profitabilitas. Profitabilitas ialah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan profit atau laba. Melalui rasio tersebut, perusahaan dapat mengatur segala aktivitas perusahaan agar sesuai target dan laba pun semakin tinggi. Perusahaan yang memperoleh profit yang meningkat diharapkan juga diimbangi dengan meningkatkan kesadaran dalam melaksanakan program CSR. Sebagaimana dalam penelitian Siti Munsaidah yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*.<sup>9</sup> Karena memiliki laba yang banyak perusahaan dapat menggunakan sebagian dananya untuk melakukan kegiatan pertanggung jawaban social. Namun, hal itu berbanding terbalik dengan penelitian dilakukan Diana Gledis Yovana yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan pada pengungkapan CSR.<sup>10</sup> Sehingga masih terdapat perusahaan yang belum melaksanakan CSR karena mempertimbangkan dari laba yang diperoleh.

Penelitian ini meneliti masalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Beberapa hal yang membedakan dari penelitian sebelumnya adalah pertama, obyek penelitian. Dalam penelitian ini obyek yang dipilih perusahaan pertambangan periode 2016 – 2019 yang terdaftar di BEI. Karena obyek perusahaan tambang pada periode tersebut belum ada yang

---

<sup>7</sup> Stefanus Ganang Sakti Wijaya and Paulus Th. Basuki Hadiprajitno, "Pengaruh Agreivitas Pajak Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility," *DIPONEGORO JOURNAL OF ACCOUNTING* 6, no. 4 (2017): 1–15.

<sup>8</sup> Abid Ramadhan and Arfan Amrin, "Profitabilitas, Agresivitas Pajak Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure," *Economos : Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 2, no. 2 (2019): 45.

<sup>9</sup> Siti Munsaidah, Rita Andini, and Agus Supriyanto, "Analisis Pengaruh Firm Size, Age, Profitabilitas, Leverage, Dan Growth Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010-2014," *Journal of Accounting* 2, no. 2 (2016): 1–11.

<sup>10</sup> A. Kadir Yovana, D. G, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)," *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi* 21, no. April (2020): 45–54.

menelitinya. Kedua, penelitian memodifikasi variabel independen dari penelitian I Gusti Agung Raka Widian dkk.<sup>11</sup> Dari variabel *Consumer Proximity* diganti dengan variabel Agresivitas Pajak. Berdasarkan hal tersebut menjadikan peneliti semakin tertarik untuk melakukan penelitian, dengan judul **“Pengaruh Media Exposure, Agresivitas Pajak Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*” (Studi Empiris Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI periode 2016 - 2019).**

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disampaikan sebelumnya, maka dalam penelitian ini penulis dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut:

- a. Bagaimana Pengaruh *Media Exposure* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
- b. Bagaimana Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
- c. Bagaimana Pengaruh Profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk menguji secara empiris pengaruh *media exposure* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
- b. Untuk menguji secara empiris pengaruh agresivitas pajak terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
- c. Untuk menguji secara empiris pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

---

<sup>11</sup> I Gusti Agung Raka Widiawan, I Gusti Ayu Purnawati, and I Putu Julianto, “Pengaruh Consumer Proximity, Media Exposure, Dan Profitability Terhadap Corporate Social Responsibility (Csr) Disclosure Perusahaan Di Indonesia,” *e-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha* 8, no. 2 (2017).

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

- a. Penelitian ini diharapkan mampu menimbulkan pandangan baru dan mengembangkan pengetahuan ilmu akuntansi.
- b. Sebagai bahan evaluasi dalam kegiatan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan tambang di Indonesia.
- c. Sebagai dasar informasi atau referensi bagi penelitian berikutnya.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Agar diperoleh gambaran yang jelas dan menyeluruh mengenai penulisan penelitian ini, maka dapat diketahui dari sistematika penulisan adalah sebagai berikut:

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini tersusun dari latar belakang masalah penelitian, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

##### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bagian ini memaparkan berbagai teori dan pengetahuan ilmiah yang dijadikan dasar untuk penelitian ini dan rumusan hipotesis.

##### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini menjelaskan mengenai metode-metode yang digunakan dalam penelitian ini. Adapun metode tersebut meliputi jenis dan sumber data penelitian, populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan data penelitian, variabel dan pengukuran penelitian, serta teknik analisis data penelitian.

##### **BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Pada bagian ini menjelaskan mengenai gambaran umum pengolahan penelitian dan hasil analisis dari penelitian

“Pengaruh Media Exposure, Agresivitas Pajak Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*” (Studi Empiris Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI periode 2016 - 2019).

**BAB V : PENUTUP**

Dalam bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran yang dibutuhkan bagi peneliti.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Teori Legitimasi**

Legitimasi merupakan sesuatu yang diberikan masyarakat dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat.<sup>12</sup> Munculnya suatu legitimasi ketika masyarakat menyadari bahwa terdapat perusahaan atau organisasi yang berjalan sesuai dengan sistem nilai social yang berlaku dimasyarakat. Dengan legitimasi tersebut, suatu perusahaan berupaya agar segala macam kegiatan perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Sehingga perusahaan dapat bertahan lebih lama karena didukung dengan adanya legitimasi masyarakat.

Bagi perusahaan legitimasi dianggap penting dikarenakan legitimasi masyarakat kepada perusahaan menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan ke depan.<sup>13</sup> Perusahaan dapat menjalankan berbagai kegiatan usaha dengan lancar tanpa adanya hambatan dari masyarakat. Kemudahan–kemudahan yang diperoleh perusahaan memberikan pengaruh perkembangan perusahaan semakin berkembang dan meningkat. Teori legitimasi juga menyatakan bahwa perusahaan atau organisasi harus terus berupaya untuk meyakinkan bahwa semua aktivitas perusahaan dilakukan sesuai dengan norma-norma dan batasan masyarakat.<sup>14</sup> Adanya kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan, bagi masyarakat dianggap sebagai kepatuhan pada kontrak perusahaan terhadap masyarakat sosial. Untuk menjalankan kontrak tersebut, perusahaan melaksanakan program tanggung jawab sosial dalam berbagai kegiatan sosial dan lingkungan lainnya.

#### **2.2 Corporate Social Responsibility**

*Corporate Social Responsibility* berdasarkan *The World Business Council for Sustainable Development*, ialah komitmen untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan

---

<sup>12</sup> Nanda Inggar Nusantari, Nila Firdausi Nuzula, and Agung Darono, "Pengaruh Agregitas Pajak Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar Dalam Indeks SRI KEHATI Tahun 2011-2013)," *Jurnal Administrasi Bisnis - Perpajakan (JAB)* 5, no. May (2015): 1–9.

<sup>13</sup> Dr. Sparta and Desak Kadek Rheadanti, "Pengaruh Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perusahaan Manufaktur Terdaftar Di BEI," *Equity* 22, no. 1 (2019): 12.

<sup>14</sup> Erva Wartyna and Prima Apriwenni, "Dampak Kinerja Lingkungan, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Publik, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial," *Jurnal Akuntansi Keuangan ISSN : 2089-7219* 7, no. 1 (2018): 31–52.

ekonomi berkelanjutan melalui kerjasama dengan karyawan, komunitas setempat, dan masyarakat untuk meningkatkan kualitas kehidupan.<sup>15</sup> Menurut Elkington CSR adalah sebuah konsep mengenai 4P yaitu suatu bentuk kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedure*) yang tepat dan professional.<sup>16</sup> Setiap perusahaan mempunyai pemahaman mengenai CSR menurut versi karakteristik perusahaan - perusahaan tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa CSR adalah suatu program yang dilakukan oleh perusahaan untuk berkomitmen dalam mengembangkan ekonomi secara berkelanjutan dengan masyarakat berdasarkan pengelolaan yang tepat dan bertanggung jawab.

Program CSR dilaksanakan tidak hanya dilatar belakangi oleh adanya regulasi dari pemerintah, tetapi juga termasuk bentuk pertolongan atau kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sosial. Perusahaan dalam menjalankan operasional harus selalu memperhatikan keberlanjutan ekonomi dan alam. Karena hal tersebut sebagaimana dalam firman Allah yang menyatakan bahwa manusia diciptakan sebagai khalifah atau pemimpin untuk mengelola alam semesta yang tertuang pada ayat berikut ini:

هُوَ الَّذِي جَعَلَكُمْ خَلَائِفَ فِي الْأَرْضِ ۚ فَمَنْ كَفَرَ فَعَلَيْهِ كُفْرُهُ ۚ وَلَا يَزِيدُ الْكَافِرِينَ كُفْرُهُمْ إِلَّا مَقْتًا ۚ وَلَا  
يَزِيدُ الْكَافِرِينَ كُفْرُهُمْ إِلَّا خَسَارًا

Artinya:

“Dialah yang menjadikan kamu khalifah-khalifah di muka bumi. Barangsiapa yang kafir, maka (akibat) kekafirannya menimpa dirinya sendiri. Dan kekafiran orang-orang yang kafir itu tidak lain hanyalah akan menambah kemurkaan pada sisi Tuhannya dan kekafiran

---

<sup>15</sup> Dr. Sparta and Desak Kadek Rheadanti, “Pengaruh Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perusahaan Manufaktur Terdaftar Di BEI,” *Equity* 22, no. 1 (2019):12.

<sup>16</sup> Wiwiek Dianawati, “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Sertifikasi Lingkungan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Di Indonesia,” *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)* 20, no. 2 (2017): 226.

orang-orang yang kafir itu tidak lain hanyalah akan menambah kerugian mereka belaka.” (QS. Fatir [35]: 39)

Menurut tafsiran Hamka, dalam ayat tersebut terdapat kata *khalā'if* yang dimaknai dengan khalifah-khalifah.<sup>17</sup> Makna khalifah-khalifah tersebut bukanlah diartikan khalifah-khalifah dari Allah, melainkan pengganti tugas dari ummat terdahulu. Manusia yang diutus sebagai khalifah atau pemimpin diharapkan dapat menciptakan kemakmuran di alam bumi ini. Selain itu, manusia juga harus meninggalkan perbuatan yang mungkar karena hal itu dapat memberikan dampak yang buruk dan merugikan bagi makhluk lainnya.

Surah Fatir ayat 39 diatas menjelaskan bahwa tujuan penciptaan manusia adalah untuk menjadi khalifah di bumi. Alam semesta beserta isinya perlu dijaga dan dikelola dengan baik. Oleh karena, Allah menunjuk manusia untuk memimpin segala macam yang tersedia agar dimanfaatkan dengan baik dan terjaga dari kerusakan alam. Sehingga manusia harus bertindak selaras dengan hukum-hukum Allah, sebaliknya jika manusia menyalahgunakan amanah yang diberikan Allah maka akan membawa kehancuran dan kerugian di akhirat.<sup>18</sup> Berdasarkan penjelasan ayat tersebut, maka hal tersebut dapat dikaitkan dengan pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility*. Para pemimpin perusahaan diibaratkan sebagai khalifah yang harus melaksanakan amanatnya. Sebagai khalifah, perusahaan harus mampu mengemban amanah agar menggunakan sumber daya dengan bijak dan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat sosial. Dalam kegiatan ekonomi perusahaan memanfaatkan sumber daya alam dan manusia. Disamping memanfaatkan sumber daya tersebut, perlu melakukan program CSR. Pelaksanaan program CSR diharapkan dapat menciptakan kemakmuran dan keseimbangan lingkungan hidup perusahaan.

Anjuran mengenai pelaksanaan program *corporate social responsibility* tidak hanya dalam tertuang dalam Al-Qur'an saja, akan tetapi juga berkaitan dengan hadits Nabi. Hal itu sejalan dengan pedoman umat muslim yaitu Al-Qur'an dan hadits yang dijadikan sebagai dasar

---

<sup>17</sup> Yesi Lisnawati, Aam Abdussalam, and Wahyu Wibisana, "Konsep Khalifah Dalam Al-Qur'Ān Dan Implikasinya Terhadap Tujuan Pendidikan Islam (Studi Maudu'ī Terhadap Konsep Khalifah Dalam Tafsir Al-Misbah)," *TARBAWY: Indonesian Journal of Islamic Education* 2, no. 1 (2015): 47.

<sup>18</sup> Dessy Noor Farida, "Pengungkapan Lingkungan Dan Etika Al Qur'an Pada Perusahaan Tambang Di Indonesia," *Maksimum* 8, no. 3 (2019): 81.

untuk segala bidang kehidupan. Adapun hadits yang memiliki kaitan dengan program *corporate social responsibility* adalah sebagai berikut:

*"Sedekah bagi kaum miskin adalah amal. Dan amal untuk keluarga memiliki dua keuntungan, yaitu bermanfaat bagi Allah dan memperkuat persaudaraan." (HR. Tirmizi, 1993: Hadis Nomor 653)*

Dalam hadits Nabi Muhammad Saw yang diriwayatkan oleh Salman bin Amir diatas, membahas mengenai kegiatan *corporate social responsibility* atau pertanggungjawaban sosial. Kandungan dari hadits tersebut menunjukkan bahwa diperlukannya keadilan dalam setiap aktivitas, termasuk juga dalam kegiatan pertanggungjawaban. Bahkan, Nabi Muhammad Saw memberikan teladan dalam menerapkan kegiatan pertanggungjawaban dengan penuh keadilan yang dapat memberikan manfaat bagi seluruh umatnya.<sup>19</sup> Sehingga dari hadits tersebut, para pemangku perusahaan dapat meneladani dan menerapkan dalam segala kegiatan perusahaan khususnya program pertanggungjawaban atau *corporate social responsibility* (CSR) menjadi lebih baik dan bermanfaat bagi masyarakat.

Perusahaan yang melaksanakan CSR akan memberikan pengaruh bagi kelangsungan dan kemajuan perusahaan beserta masyarakat sekitarnya. *Corporate Social Responsibility* diwujudkan dalam beberapa kegiatan yang bermanfaat bagi masyarakat diantaranya memberikan beasiswa, mengadakan kegiatan sosial, membangun fasilitas umum, memberikan sumbangan atau bantuan keuangan pada masyarakat, menyediakan layanan customer, dan lain sebagainya. Perusahaan harus mengungkapkan kegiatan – kegiatan CSR terhadap masyarakat sosial perusahaan agar dapat mencapai kesejahteraan sosial. Adapun Pengungkapan CSR merupakan suatu proses pengomunikasian CSR dari kegiatan ekonomi perusahaan kepada masyarakat.<sup>20</sup> Pengomunikasian atau pengungkapan menjadi kunci keberhasilan yang dilakukan oleh perusahaan dalam program CSR. Selain itu, pengungkapan CSR perusahaan dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan yang meliputi

---

<sup>19</sup> Indra Kharisma and Imron Mawardi, "Implementasi Islamic Corporate Social Responsibility (CSR) Pada PT Bumi Lingga Pertiwi Di Kabupaten Gresik," *JESTT* 1, no. 1 (2014): 36–63.

<sup>20</sup> Wiwiek Dianawati, "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Sertifikasi Lingkungan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Di Indonesia," *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)* 20, no. 2 (2017): 226.

manfaat sosial dan biaya sosial berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungannya.<sup>21</sup> Informasi dari pengungkapan CSR tersebut sangat bermanfaat bagi masyarakat, investor dan stakeholder lainnya.

Fenomena mengenai program CSR diberbagai perusahaan setiap tahunnya terus mengalami perkembangan. Dengan adanya perkembangan tersebut, dalam kegiatan ilmiah atau penelitian juga harus mengikuti setiap perkembangan yang terjadi. Agar penelitian dapat diterima oleh publik, maka penelitian perlu diukur secara relevan. Sehingga penelitian yang diukur dengan standar tertentu dapat membuktikan fakta dan sesuai dengan apa benar – benar terjadi dimasyarakat.

Pada penelitian ini yang meneliti mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* metode pengukuran yang digunakan yaitu indikator *Global Reporting Initiatives* (GRI). Indikator tersebut dipilih karena telah diakui oleh perusahaan nasional hingga internasional dan juga dianggap sesuai untuk mengukur kegiatan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Seiring dengan fenomena CSR yang terus berkembang, GRI juga menyesuaikan dengan menghadirkan G4. GRI versi 4.0 (G4) dijadikan sebagai indikator pengukuran variabel CSR pada penelitian ini dianggap cocok karena termutakhir dan relevan dengan proses pelaporan. Penelitian ini menggunakan pendekatan dikotomi. Dalam pendekatan tersebut, setiap instrumen CSR apabila tidak diungkapkan memiliki nilai 0, dan apabila diungkapkan memiliki nilai 1. Setelah terhitung semua, kemudian dijumlahkan nilai dari setiap item guna menemukan skor atau nilai pada tiap – tiap perusahaan.

### **2.3 Media Exposure**

Media adalah suatu sarana atau alat perantara yang memiliki fungsi untuk menyalurkan pesan ataupun informasi kepada penerima yang berasal dari sumber tertentu. Suatu media dapat dikatakan berfungsi dengan baik, ketika media tersebut di singkap atau diungkapkan secara mendalam dan apa adanya. Karena media memiliki peran aktif dalam memberikan informasi perusahaan, baik berupa informasi keuangan maupun informasi lain yang berhubungan dengan

---

<sup>21</sup> Erva Wartyna and Prima Apriwenni, "Dampak Kinerja Lingkungan, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Publik, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial," *Jurnal Akuntansi Keuangan ISSN : 2089-7219* 7, no. 1 (2018): 31–52.

kegiatan operasional perusahaan<sup>22</sup> Beberapa perusahaan di Indonesia memanfaatkan media exposure sebagai sarana untuk menyampaikan *Corporate Social Responsibility*. Adanya pengkomunikasian melalui media, perusahaan berharap agar reputasi perusahaan di mata masyarakat semakin meningkat.<sup>23</sup> Sehingga kinerja perusahaan juga akan menjadi lebih baik karena perusahaan memperoleh legitimasi dan kepercayaan dari masyarakat maupun para pemangku kepentingan.

Seiring dengan perkembangan teknologi, maka makin berkembang pula macam dan bentuk penyampaian media. Adapun bentuk media biasa digunakan untuk komunikasi diantaranya koran, televisi, dan internet ataupun website. Pemilihan penggunaan media tersebut tergantung dari strategi manajemen perusahaan dalam mencapai target. Akan tetapi, kini banyak pihak memilih penyampaian melalui internet dan media social karena dianggap lebih efektif dan efisien. Media internet dipilih sebab masyarakat saat ini tidak bisa lepas dari kegiatan di dunia maya. Media mempunyai peran pasif berupa norma institusi, dan berperan aktif berupa pemberian riwayat pelaporan dan menyusunnya untuk menggambarkan nilai dari suatu perusahaan.<sup>24</sup>

Dalam penelitian ini, *Media Exposure* dianggap dapat memberikan pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Karena di era seperti ini, media memiliki peranan yang penting. Untuk membuktikan kebenaran dari penelitian, maka diperlu pengukuran yang tepat. Peneliti memilih variabel dummy untuk mengukur tingkat kebenaran penelitian ini. Dalam pengukuran tersebut perusahaan yang mengungkapkan CSR di website diberi nilai 1, sedangkan perusahaan yang tidak mengungkapkannya di website diberi nilai 0.

---

<sup>22</sup> Hotria Hotria and Mayar Afriyenti, "Pengaruh Agresivitas Pajak, Media Exposure, Profitabilitas, Dan Sertifikat ISO 14001 Terhadap Minat Pengungkapan CSR (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2015-2017)," *Wahana Riset Akuntansi* 6, no. 2 (2018): 1311.

<sup>23</sup> Plorensia, Winda A.P, and Pancawati Hardiningsih. "Pengaruh Agresivitas Pajak Dan Media Eksposure Terhadap Corporate Social Responsibility." *Dinamika Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan* 4, No. 2 (2015): 136–151.

<sup>24</sup> I Gusti Agung Raka Widiawan, I Gusti Ayu Purnawati, and I Putu Julianto, "Pengaruh Consumer Proximity, Media Exposure, Dan Profitability Terhadap Corporate Social Responsibility (Csr) Disclosure Perusahaan Di Indonesia," *e-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha* 8, no. 2 (2017).

## 2.4 Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak adalah upaya perusahaan untuk meminimalkan beban pajak melalui aktivitas *tax planning* dengan tujuan untuk memaksimalkan profit perusahaan.<sup>25</sup> Kegiatan tersebut bagian dari strategi perusahaan untuk menghindari pajak yang telah ditentukan. Agresivitas pajak merupakan hal yang sekarang sangat lazim dilakukan dikalangan perusahaan-perusahaan besar di seluruh dunia.<sup>26</sup> Maka dari itu, agresivitas pajak ialah suatu usaha atau kegiatan perencanaan pajak perusahaan yang dilakukan untuk meningkatkan laba dengan menurunkan beban pajak yang ditentukan pada perusahaan di semua negara.

Aktivitas agresivitas pajak termasuk kegiatan yang merugikan negara dan sulit dalam pengawasannya. Seperti contoh dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility*, seluruh operasional tindakan tersebut sepenuhnya diurus dan dipegang oleh perusahaan. Sehingga pemerintah tidak dapat mengetahui alokasi dari aliran dana dalam kegiatan tersebut. Tindakan Agresivitas pajak merupakan perbuatan dzalim dan bathil sesuai dengan dalil-dalil sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An-Nisa [4]:29)<sup>27</sup>

Selain ayat tersebut, pemungutan pajak yang dilakukan secara dzalim juga dalam hadits yang diriwayatkan oleh Abu Dawud, Ahmad ibnu Hambal dan Al-Darimiy:

---

<sup>25</sup> Nusantari, Nuzula, and Darono, “Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar Dalam Indeks SRI KEHATI Tahun 2011-2013).”

<sup>26</sup> Plorensia, Winda A.P, and Pancawati Hardiningsih. "Pengaruh Agresivitas Pajak Dan Media Eksposure Terhadap Corporate Social Responsibility." *Dinamika Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan* 4, No. 2 (2015): 136–151."

<sup>27</sup> *Al-Qur'an Dan Terjemahnya Terbitan Kementerian Agama Republik Indonesia Edisi Penyempurnaan Tahun 2019*, n.d.

*“Rasullah SAW. Bersabda: Tidak akan masuk surga orang yang mengambil pajak secara dzalim”*<sup>28</sup>

Berdasarkan dari dalil-dalil diatas, dijelaskan bahwa kita dilarang memakan harta orang lain (pajak) secara tidak benar. Karena perbuatan tersebut termasuk perbuatan dzalim yang akan menyebabkan tidak akan masuk surga. Dan tindakan agresivitas pajak merupakan perbuatan dzalim yang tidak dibenarkan. Sehingga perbuatan tersebut sebaiknya dihindari agar tidak merugikan pemerintah serta masyarakat.

Perusahaan yang melakukan kegiatan agresivitas pajak memiliki beberapa tujuan, salah satunya yaitu untuk meningkatkan reward bagi manajemen dari para pemangku kepentingan. Selain itu, agresivitas pajak dimanfaatkan untuk menghemat atau meminimalkan pengeluaran perusahaan dibagian pajak. Tindakan pajak agresif juga dinilai sebagai dasar dari seberapa besar perusahaan tersebut mengambil langkah penghindaran pajak dengan memanfaatkan celah-celah yang ada dalam regulasi perpajakan.<sup>29</sup>

Tindakan agresivitas pajak dalam penelitian ini dianggap dapat mempengaruhi pengungkapan CSR. Tindakan tersebut termasuk upaya perusahaan untuk meningkatkan laba yang diperoleh pada tahun berjalan. Pada saat memiliki laba yang tinggi, sebagian dana dapat dialihkan guna program-program *Corporate Social Responsibility*. Karena perusahaan mengungkapkan CSR, maka perhatian masyarakat terhadap nilai perusahaan juga akan semakin meningkat.

Berdasarkan uraian sebelumnya, untuk membuktikan kebenaran dari penelitian ini maka perlu dilakukan pengukuran. Pada penelitian ini yang digunakan untuk mengukur variabel agresivitas pajak adalah *Effective Tax Rate* (ETR). Proksi tersebut mendeskripsikan tingkat presentase total beban pajak penghasilan yang dibayarkan tiap usaha dari seluruh total pendapatan sebelum pajak. ETR dapat dihitung dengan rumus, Beban pajak penghasilan dibagi Pendapatan sebelum pajak. Hasil perhitungan ETR yang rendah, berarti menunjukkan beban pajak penghasilan lebih kecil dibanding pendapatan sebelum pajak.

---

<sup>28</sup> Muh. Khaidir Luthfi and Ambo Asse, “Pajak Dalam Perspektif Hadis Nabi SAW,” *Laa Maisyir* 6, no. 1 (2019): 38–52.

<sup>29</sup> Plorensia, Winda A.P, and Pancawati Hardiningsih. "Pengaruh Agresivitas Pajak Dan Media Eksplosure Terhadap Corporate Social Responsibility." *Dinamika Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan* 4, No. 2 (2015): 136–151.

## 2.5 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan hasil bersih dari sejumlah kebijakan dan keputusan perusahaan.<sup>30</sup> Profitabilitas juga diartikan sebagai rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham.<sup>31</sup> Melalui rasio ini, dapat diketahui seberapa kemampuan dari perusahaan dalam memperoleh laba. Sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah suatu rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh profit atau laba dalam periode tertentu. Setiap perusahaan telah memiliki strategi yang masing-masing dalam mencapai keuntungan yang banyak. Tindakan perusahaan tersebut sebagaimana pada firman Allah berikut ini:

مَنْ كَانَ يُرِيدُ حَرْثَ الْآخِرَةِ نَزِدْ لَهُ فِي حَرْثِهِ وَمَنْ كَانَ يُرِيدُ حَرْثَ الدُّنْيَا نُؤْتِهِ مِنْهَا وَمَا لَهُ فِي الْآخِرَةِ مِنْ نَصِيبٍ

“Barangsiapa menghendaki keuntungan di akhirat akan Kami tambahkan keuntungan itu baginya dan barangsiapa menghendaki keuntungan di dunia Kami berikan kepadanya sebagian darinya (keuntungan dunia), tetapi dia tidak akan mendapat bagian di akhirat” (QS As-Syura [42]: 20)<sup>32</sup>

Ayat diatas menjelaskan mengenai upaya manusia yang bersungguh-sungguh dalam aktivitas ekonomi, maka akan memperoleh keuntungan atau laba yang berlipat ganda. Namun niatnya tidak boleh semata hanya untuk dunia, tetapi akhirat juga agar memperoleh balasan yang baik. Dari ayat tersebut, perusahaan diperbolehkan meraih keuntungan sebanyak mungkin. Perolehan laba juga harus dimanfaatkan untuk kegiatan yang berguna bagi lingkungan masyarakat perusahaan termasuk program *Corporate Social Responsibility*.

---

<sup>30</sup> Bachtiar Leo H Simamora and Vinola Herawaty, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Corporate Social Responsibility Dengan Pertumbuhan Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi,” *Prosiding Seminar Nasional Cendekiawan* (2018):2.

<sup>31</sup> A. Kadir Yovana, D. G, “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR),” *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi* 21, no. April (2020):45–54.

<sup>32</sup> *Al-Qur’an Dan Terjemahnya Terbitan Kementerian Agama Republik Indonesia Edisi Penyempurnaan Tahun 2019*.

Profitabilitas termasuk bagian dari komponen kinerja keuangan perusahaan. Dalam kinerja keuangan, rasio profitabilitas suatu perusahaan digunakan untuk mengukur perbandingan antara laba dengan aktiva perusahaan.<sup>33</sup> Perusahaan akan melakukan segala macam usaha agar mencapai target yang telah ditentukan dan aktiva yang dimiliki perusahaan semakin meningkat. Untuk menjalankan aktivitas perekonomian tersebut, perusahaan juga perlu memperhatikan kondisi lingkungan sekitar perusahaan. Adapun upaya yang dilakukan perusahaan berkaitan hal tersebut yaitu dengan menjalankan program CSR.

Penelitian ini, mengukur variabel profitabilitas dengan menggunakan rasio *Return On Asset* (ROA). Sejalan dengan penelitian Siti Munsaidah, yang menggunakan *Return on Asset* (ROA) sebagai alat ukur Profitabilitas perusahaan karena rasio ini dapat mengukur sejauh mana perusahaan menghasilkan laba bersih pada sejumlah aset tertentu.<sup>34</sup> Dengan rasio ROA, peneliti dapat mengetahui kemampuan laba diperoleh dari kondisi atau kinerja keuangan suatu perusahaan.

## 2.6 Rumusan Hipotesis

### 2.6.1 Pengaruh Media Exposure Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pada era digitalisasi saat ini, teknologi terus mengalami perkembangan yang sangat pesat. Media termasuk bagian dari teknologi yang berkembang dan penting dalam aspek kehidupan masyarakat. *Media exposure* adalah suatu sarana atau alat yang digunakan oleh perusahaan untuk mengungkapkan informasi mengenai berbagai kegiatan perusahaan kepada para stakeholder. Berbagai informasi kegiatan perusahaan yang dimuat pada media akan menjadi nilai tambah bagi perusahaan yang berasal dari masyarakat.

Upaya pengungkapan informasi perusahaan melalui media exposure dapat memberikan pengaruh terhadap aktivitas perusahaan seperti program CSR. Penggunaan media dalam program pertanggungjawaban sosial atau *Corporate Social Responsibility* dianggap efektif untuk menyampaikan pada stakeholder. Karena jika tanggung jawab social

---

<sup>33</sup> I Gusti Agung Raka Widiawan, I Gusti Ayu Purnawati, and I Putu Julianto, "Pengaruh Consumer Proximity, Media Exposure, Dan Profitability Terhadap Corporate Social Responsibility (Csr) Disclosure Perusahaan Di Indonesia," *e-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha* 8, no. 2 (2017).

<sup>34</sup> Munsaidah, Andini, and Supriyanto, "Analisis Pengaruh Firm Size, Age, Profitabilitas, Leverage, Dan Growth Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010-2014."

perusahaan atau CSR diungkap di media, maka perusahaan akan lebih intensif melakukan CSR untuk meningkatkan citra perusahaan.<sup>35</sup> Sehingga peluang tersebut dimanfaatkan perusahaan untuk mengungkapkan program *Corporate Social Responsibility* sebanyak mungkin.

Beberapa penelitian sebelumnya telah meneliti pengaruh media exposure terhadap pengungkapan CSR. Penelitian yang telah dilakukan Sparta menyatakan bahwa *media exposure* berpengaruh positif signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.<sup>36</sup> Selain itu, penelitian tersebut juga didukung oleh penelitian Hotria yang menemukan hasil bahwa *media exposure* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.<sup>37</sup> Berdasarkan uraian–uraian yang telah disampaikan, maka dapat dirumuskan hipotesis berikut ini:

**H<sub>1</sub>:** *Media Exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

#### 2.6.2 Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Berbagai usaha akan dilakukan oleh perusahaan agar memperoleh laba yang tinggi pada tahun berjalan. Salah satu usaha tersebut yaitu dengan melakukan kegiatan agresivitas pajak. Agresivitas pajak merupakan sebuah upaya meminimalkan atau menurunkan tarif pajak perusahaan dari yang semestinya dibayarkan. Tindakan agresivitas pajak dipilih perusahaan sebagai upaya meningkatkan laba, karena dengan turunnya tarif pajak sama halnya mengurangi beban perusahaan. Agresivitas pajak termasuk tindakan yang kurang etis atau tindakan yang melanggar norma, untuk itu perusahaan akan berusaha menjaga citranya dan menjaga legitimasi dari masyarakat dengan media berupa CSR.<sup>38</sup> Dengan

---

<sup>35</sup> Decky Dermawan, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility," *Accounting Analysis Journal* 4, no. 4 (2015): 158–165.

<sup>36</sup> Dr. Sparta and Desak Kadek Rheadanti, "Pengaruh Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perusahaan Manufaktur Terdaftar Di BEI," *Equity* 22, no. 1 (2019): 12.

<sup>37</sup> Hotria and Afriyenti, "Pengaruh Agresivitas Pajak, Media Exposure, Profitabilitas, Dan Sertifikat ISO 14001 Terhadap Minat Pengungkapan CSR (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2015-2017)."

<sup>38</sup> Wijaya and Hadiprajitno, "Pengaruh Agreivitas Pajak Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility."

melakukan pengungkapan program CSR yang semakin luas, masyarakat akan menganggap perusahaan memiliki kepedulian yang tinggi pula terhadap lingkungan.

Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan atau organisasi termasuk bagian dari masyarakat. Apapun kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan juga menjadi perhatian lingkungan social perusahaan. Upaya untuk menarik perhatian masyarakat dapat dilakukan dengan mengadakan program CSR. Aneka bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan akan memberikan penilaian yang baik dari masyarakat. Dengan adanya tanggapan positif tersebut, maka perusahaan dapat lebih mudah menjalankan perekonomian perusahaan untuk masa – masa berikutnya.

Hasil pengujian dari penelitian terdahulu telah ditemukan mengenai hubungan pengaruh Agresivitas pajak terhadap pengungkapan CSR. Menurut penelitian Stefanus berhasil membuktikan bahwa agresivitas pajak memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.<sup>39</sup> Disamping itu, penelitian dari Plorensia juga mendukung dengan hasil yang menunjukkan bahwa agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*.<sup>40</sup> Berdasarkan pernyataan yang telah dipaparkan, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

**H<sub>2</sub>:** Agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

### 2.6.3 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Para pelaku usaha memiliki tujuan utama dari kegiatan perekonomian yakni untuk memperoleh laba. Perusahaan akan melakukan berbagai strategi agar setiap tahun berjalan mendapatkan keuntungan yang tinggi. Karena hasil dari perolehan dari usaha perusahaan akan menjadi pertimbangan pengambilan keputusan bagi para stakeholder khususnya investor. Dasar yang digunakan untuk mengukur kemampuan memperoleh laba dengan *Return On Asset* atau profitabilitas. Manajemen perusahaan menggunakan rasio profitabilitas sebagai bahan untuk evaluasi agar dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

---

<sup>39</sup> Ibid.

<sup>40</sup> Plorensia, Winda A.P, and Pancawati Hardiningsih . "Pengaruh Agresivitas Pajak Dan Media Eksplosure Terhadap Corporate Social Responsibility. *Dinamika Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan* 4, No. 2 (2015): 136–151."

Sehingga manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan dapat melakukannya secara efektif dan efisien.

Rasio profitabilitas membantu manajemen dalam mengelola perolehan profit perusahaan. Meskipun berusaha mencari keuntungan, perusahaan juga harus memperhatikan keberlanjutan lingkungan. Salah satu upaya perusahaan yang dapat dilakukan untuk menjaga lingkungan social melalui program CSR. Perusahaan yang mengungkapkan CSR, diharapkan dapat memberikan bukti nyata bahwa proses produksi yang dilakukan perusahaan tidak hanya berorientasi keuntungan, tetapi juga memperhatikan isu sosial dan lingkungan.<sup>41</sup> Semakin tinggi profitabilitas yang diperoleh, maka semakin tinggi pula kesadaran perusahaan dalam mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*. Dari perolehan laba yang tinggi dananya yang dialokasikan untuk CSR juga semakin banyak. Karena banyak program CSR yang dilakukan, maka citra atau nilai perusahaan dimata masyarakat akan semakin baik.

Penelitian terdahulu telah meneliti hubungan profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Penelitian yang dilakukan Mungky Felicia telah membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).<sup>42</sup> Disamping itu, penelitian lain yang mendukungnya adalah penelitian dari Widiawan yang menemukan hasil bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR.<sup>43</sup> Dari uraian yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>3</sub>**: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

---

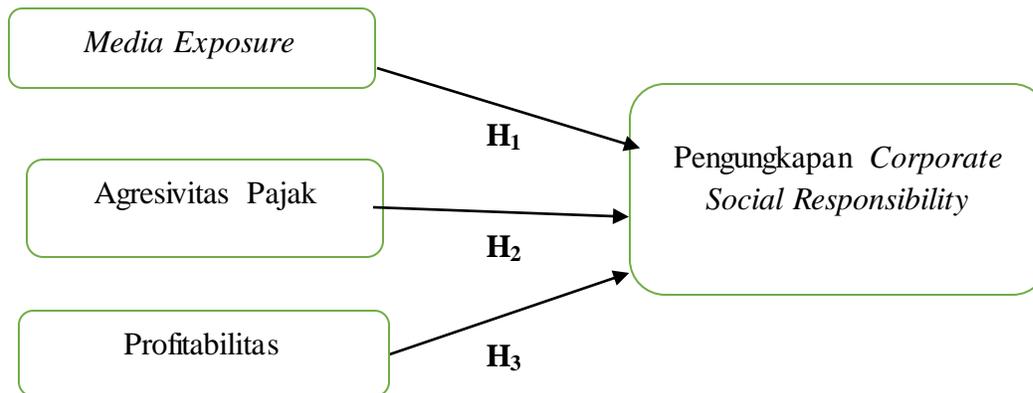
<sup>41</sup> I Gusti Agung Raka Widiawan, I Gusti Ayu Purnawati, and I Putu Julianto, "Pengaruh Consumer Proximity, Media Exposure, Dan Profitability Terhadap Corporate Social Responsibility (Csr) Disclosure Perusahaan Di Indonesia," *e-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha* 8, no. 2 (2017).

<sup>42</sup> Ni Ketut Felicia, Mungky; Rasmini, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan CSR Pada Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI," *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 2 (2015): 143–153.

<sup>43</sup> I Gusti Agung Raka Widiawan, I Gusti Ayu Purnawati, and I Putu Julianto, "Pengaruh Consumer Proximity, Media Exposure, Dan Profitability Terhadap Corporate Social Responsibility (Csr) Disclosure Perusahaan Di Indonesia," *e-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha* 8, no. 2 (2017).

## 2.7 Kerangka Konseptual

Gambar 2. Kerangka Konseptual



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Sumber Data**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif, karena penelitian ini menggunakan data berupa angka–angka dan dianalisis melalui teknik statistik. Dalam penelitian ini data yang digunakan yaitu data sekunder. Dimana data tersebut tidak diperoleh secara langsung sumber data, tetapi dari jurnal–jurnal penelitian dan artikel ilmiah. Data dalam penelitian ini bersumber dari laporan perusahaan pertambangan untuk periode 2016–2019 yang dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia (BEI).

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

Populasi adalah semua responden atau subyek yang menjadi target dalam penelitian.<sup>44</sup> Populasi pada penelitian ini ialah seluruh perusahaan pertambangan Indonesia yang terdaftar di BEI periode tahun 2016–2019 berjumlah sebanyak 46 perusahaan. Pemilihan populasi tersebut dilatar belakangi adanya anggapan bahwa perusahaan pertambangan sangat berkaitan erat dengan lingkungan atau alam. Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* karena untuk menentukan objek atau subjek sampel penelitian berdasarkan kriteria tertentu dan secara spesifik. Adapun kriteria–kriteria yang termasuk dalam sampel penelitian ini sebagai berikut:

- a. Perusahaan pertambangan terdaftar BEI periode 2016-2019.
- b. Menerbitkan laporan keuangan dalam *annual report* untuk periode tahun 2016–2019.
- c. Perusahaan mempublikasikan kegiatan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam *Annual Report*.
- d. Perusahaan memperoleh laba selama tahun 2016-2019 secara berturut.

---

<sup>44</sup> M.Si Dr. Farida Agus Setiawati, *Statistika Terapan Untuk Penelitian Dan Sosial* (Yogyakarta: Parama Publisng, 2018).

### 3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah dokumentasi. Pada metode tersebut, peneliti mengumpulkan data bersumber dari data sekunder yang memuat informasi-informasi yang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Data sekunder itu berupa jurnal ilmiah, laporan-laporan periode tahun 2016 sampai 2019 perusahaan pertambangan yang dipublikasikan dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia diakses melalui website resmi [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan website masing-masing perusahaan tambang di Indonesia.

### 3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran

Penelitian terdiri dari komponen variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen. Dalam penelitian ini juga dilengkapi dengan definisi operasional variabel yang akan memberikan kejelasan dan menghindari perbedaan pandangan mengenai penggunaan variabel tersebut. Adapun penjelesan mengenai variabel penelitian adalah sebagai berikut:

#### 3.4.1 Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini ialah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility disclosure*). Pengungkapan CSR adalah suatu bentuk pengungkapan program tanggung jawab perusahaan pada lingkungan social melalui berbagai kegiatan dengan tujuan menciptakan ekonomi yang berkelanjutan. Program CSR meliputi dari aspek ekonomi, social, lingkungan dan pengembangan sumber daya perusahaan.

Penelitian ini menggunakan standar GRI (*Global Reporting Initiative*) versi 4.0 yang biasa disebut G4. GRI tersebut termasuk standar terbaru dan termutakhir yang menyempurnakan GRI sebelumnya untuk digunakan sebagai panduan pelaporan. Standar GRI G4 mencakup 3 indikator kinerja yaitu lingkungan, ekonomi dan sosial. oleh karena itu, GRI G4 memiliki kaitan dengan kegiatan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dalam penelitian ini, proksi CSRDI (*Corporate Social Responsibility Disclosure Index*) digunakan untuk mengukur CSR. Pemilihan pengukuran CSRDI sama seperti penelitian terdahulu

yang telah dilakukan oleh Aditya Dharmwan Krisna.<sup>45</sup> Pendekatan yang dipilih untuk menghitung indeks tersebut adalah variabel dummy yang memberikan skor 1 untuk item yang diungkapkan dan skor 0 untuk item yang tidak diungkapkan oleh perusahaan. Dalam pengungkapan tanggung jawab social perusahaan, berikut merupakan rumus yang digunakan untuk menghitung CSRDI:

$$\text{CSRDI}_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

$\text{CSRDI}_j$  = *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

$\sum X_{ij}$  = Variabel Dummy. 1= jika item I diungkapkan, 0= jika item I tidak diungkapkan

$n_j$  = Jumlah item untuk perusahaan j

### 3.4.2 Variabel Independen

Dalam penelitian ini, variabel independen yang dipilih diantaranya *media exposure*, agresivitas pajak dan profitabilitas. Variabel-variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. *Media Exposure*

*Media exposure* atau pengungkapan media adalah suatu sarana komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan segala informasi berkaitan dengan aktivitas tertentu. Perusahaan dapat memanfaatkan pengungkapan media untuk menginformasikan kegiatan perusahaan seperti program *Corporate Social Responsibility*. Dengan pengungkapan media tersebut, para stakeholder dapat memperoleh informasi yang menjadi dasar pengambilan keputusan.

---

<sup>45</sup> Aditya Dharmawan Krisna and Novrys Suhardianto, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial," *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 18, no. 2 (2016): 119–127.

Dalam penelitian ini, **Variabel Dummy** digunakan untuk mengukur media exposure. Pengukuran ini banyak digunakan pada penelitian-penelitian yang telah, sehingga pengukuran tersebut dianggap baik dan tepat untuk mengukur variabel media exposure. Sebagaimana pengukuran yang digunakan dalam penelitian Decky yang memberikan nilai **1** bagi perusahaan yang mengungkapkan kegiatan CSR di laman perusahaan dan nilai **0** bagi perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR di laman perusahaan pertambangan.<sup>46</sup> Menu CSR yang tercantum di website perusahaan dijadikan sebagai dasar pengambilan pengukuran variabel ini.

## 2. Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak ialah upaya perusahaan mengurangi atau meminimalkan beban pajak dari yang telah ditentukan atau dibayarkan. Upaya tersebut dilakukan karena perusahaan ingin memperoleh laba yang tinggi dengan cara menurunkan beban yang ditanggung oleh perusahaan. Untuk menutupi tindakan curang tersebut, perusahaan melaksanakan program CSR agar citra perusahaan dipandangan masyarakat tetap terlihat bagus. Penelitian sejalan dengan penelitian Plorensia yang menggunakan *Effective Tax Rates* (ETR) untuk mengukur agresivitas pajak.<sup>47</sup> Proksi ETR dipilih karena dianggap tepat untuk menunjukkan adanya tindakan agresivitas pajak dan telah digunakan banyak penelitian sebelumnya. Dalam proksi dapat dihitung rumus sebagai berikut:

$$\text{Effective Tax Rates} = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Pendapatan Sebelum Pajak}}$$

Penggunaan proksi *Effective Tax Rates* (ETR) menjadi tolak ukur untuk mengetahui tingkat pelaksanaan aktivitas agresivitas pajak. Tindakan

---

<sup>46</sup> Decky Dermawan, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility," *Accounting Analysis Journal* 4, no. 4 (2015): 158–165.

<sup>47</sup> Plorensia, Winda A.P, and Pancawati Hardiningsih. "Pengaruh Agresivitas Pajak Dan Media Eksposure Terhadap Corporate Social Responsibility". *Dinamika Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan* 4, No. 2 (2015): 136–151.

**agresivitas pajak yang tinggi terjadi ketika nilai ETR mendekati nol.** Sehingga semakin rendah nilai ETR suatu perusahaan, justru semakin tinggi tingkat tindakan agresivitas pajak.<sup>48</sup>

### 3. Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio kinerja keuangan yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba atau profit dalam periode tertentu. Rasio profitabilitas dianggap paling tepat untuk menghitung keuntungan yang diperoleh perusahaan. Sebab, dalam rasio tersebut untuk perhitungan labanya diperoleh dari hasil asset, tingkat penjualan dan modal saham. Penelitian ini menggunakan *Return On Asset* (ROA) untuk mengukur profitabilitas. Penggunaan proksi ROA sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Yovana.<sup>49</sup> Sehingga untuk menghitung Profitabilitas, dibawah ini merupakan rumus yang digunakan:

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Asset}}$$

### 3.5 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan model kausalitas, karena penelitian ini menjelaskan mengenai pengaruh atau hubungan dan sebab akibat masalah dalam suatu penelitian. Data dalam penelitian dianalisis menggunakan teknik analisis Regresi Linier Berganda. Alat untuk menganalisis data pada penelitian ini adalah SPSS. Dengan media SPSS, akan membantu mempermudah peneliti dalam membuktikan kebenaran dari hipotesis yang telah dibuat oleh peneliti. Didalam penelitian ini terdapat beberapa komponen yang digunakan untuk menganalisis data adalah sebagai berikut:

---

<sup>48</sup> Ibid.

<sup>49</sup> A. Kadir Yovana, D. G, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)," *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi* 21, no. April (2020): 45–54.

### 3.5.1 Analisis Statistika Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan semua variabel penelitian, diantaranya *media exposure*, agresivitas pajak, profitabilitas dan pengungkapan CSR. Dari semua variabel tersebut kemudian dimasukkan dalam model penelitian. Pengukuran yang dapat diketahui dari analisis statistik deskriptif adalah nilai rata – rata (*mean*), standar deviasi, varian dan lain sebagainya.

### 3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik termasuk bagian yang harus dilaksanakan dalam analisis regresi linear berganda. Tujuan dari pengujian ini dalam penelitian yaitu untuk menguji apakah data layak atau tidak digunakan dan untuk meminimalisir pembiasan data. Dalam uji asumsi klasik terdiri empat macam yakni uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heterokedastisitas. Adapun penjelasan dari masing – masing uji tersebut adalah sebagai berikut:

#### a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah pada model regresi terdapat residual atau variabel pengganggu yang berdistribusi normal. Dalam model regresi yang baik mempunyai distribusi data yang mendekati normal atau normal. Untuk penelitian ini, pengujian dilakukan menggunakan normal probability plot dan uji Kolmogorov-Smirnov. Data dinyatakan normal saat nilai Kolmogorov-Smirnov dalam penelitian harus menunjukkan nilai signifikan  $> 0,05$ . Data uji ini dikatakan baik jika data memiliki pola seperti distribusi normal, yaitu distribusi data tidak menyimpang ke arah kanan atau menyimpang ke arah kiri.<sup>50</sup>

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas mempunyai tujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antarvariabel independen dalam model regresi. Hasil penelitian dikatakan ada multikolinearitas, apabila nilai dari Tolerance menunjukkan

---

<sup>50</sup> Singgih Santoso, *Menguasai Statistik Multivariat* (Jakarta: PT Elex Media KOMputindo, 2015).

$>0,10$ , dan tidak ada multikolinearitas bila nilai *Variance Inflation Factor* (VFI)  $<10,0$ .

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas pada penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain dalam model regresi. Apabila hasil data menunjukkan  $\text{sig} < \alpha$  berarti ada heterokedastisitas, dan sebaliknya bila  $\text{sig} > \alpha$ . Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS dengan tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ .

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi memiliki tujuan untuk apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya) dalam regresi linear dari penelitian ini.

### 3.5.3 Uji Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara atau praduga atas hasil suatu penelitian. Hipotesis penelitian diartikan juga sebagai dugaan sementara atas rumusan masalah yang diungkapkan dalam sebuah pernyataan yang belum diketahui kebenaran dari jawaban tersebut, maka perlu dibuktikan kebenarannya.<sup>51</sup> Setelah tercetus hipotesis-hipotesis tersebut, perlu dilakukan adanya pengujian hipotesis. Tujuan dari pengujian hipotesis untuk mengetahui apakah terdapat gejala yang bertentangan dengan hipotesis yang telah dirumuskan. Uji hipotesis dalam penelitian ini terdiri dari uji regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, uji signifikansi simultan (Uji F), dan uji regresi parsial (Uji T) yang akan diuraikan berikut ini:

1. Uji Regresi Linear Berganda

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis regresi linear berganda (*Multiple Regression Analysis*). Analisis tersebut biasa digunakan untuk meneliti pengaruh yang diakibatkan dari variabel dependen

---

<sup>51</sup> Dr. Farida Agus Setiawati, *Statistika Terapan Untuk Penelitian Dan Sosial*.

dan variabel independen yang jumlahnya lebih dari satu. Selain itu, pengujian juga dilakukan dengan uji kelayakan model (uji F), uji signifikansi parameter (uji T), dan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Dengan pengujian ini dapat berguna untuk memprediksi seberapa besar pengaruh *media exposure*, agresivitas pajak dan profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, yang dirumuskan dalam persamaan berikut ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

$Y$  = *Corporate Social Responsibility*

$\alpha$  = Konstanta

$X_1$  = *Media Exposure*

$X_2$  = Agresivitas Pajak (ETR)

$X_3$  = Profitabilitas (ROA)

$\beta_1$  = Koefisien regresi

$\beta_2$  = Koefisien regresi

$\beta_3$  = Koefisien regresi

$e$  = Error atau faktor gangguan lain yang mempengaruhi  $Y$

## 2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji statistik ini biasa disebut juga dengan R Kuadrat atau R Square. Koefisien determinasi digunakan untuk menginterpretasikan dan memprediksi tingkat keterlibatan pengaruh dari variabel bebas atau independen terhadap variabel terikat atau dependen dalam suatu penelitian. Pada penelitian dengan

data runtut waktu (*Time Series*) memiliki nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) cenderung lebih besar. Besar nilai dalam koefisien determinasi yaitu berkisar antara 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang mendekati angka 1 menunjukkan bahwa informasi prediksi dari variabel-variabel independen hampir sepenuhnya dapat memprediksi variabel dependen. Sedangkan untuk nilai  $R^2$  yang kecil memiliki makna bahwa variabel bebas dalam menjelaskan terhadap variabel terikat cenderung rendah.

### 3. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Dalam suatu penelitian, uji statistik F memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas atau independen terhadap variabel terikat atau dependen secara bersama-sama (simultan). Dasar pengambilan keputusan pada uji F melalui dua cara. Pertama, perbandingan nilai signifikansi (Sig.) yaitu apabila nilai Sig.  $< 0,05$  maka hipotesis diterima dan begitu sebaliknya. Kedua, perbandingan nilai F hitung dengan F tabel yaitu apabila nilai F hitung  $> F$  tabel maka hipotesis diterima.

### 4. Uji Regresi Parsial (Uji T)

Pada pengujian ini dalam model regresi berganda memiliki tujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara sendiri-sendiri. Dasar untuk pengambilan keputusan dalam uji T yaitu terdiri dari dua cara. Pertama, berdasarkan nilai signifikansi yakni apabila nilai Sig.  $< 0,05$  maka hipotesis diterima. Kedua, berdasarkan perbandingan nilai T hitung dengan T tabel yakni apabila nilai T hitung  $> T$  tabel maka hipotesis diterima dan begitupun sebaliknya.

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

*Indonesia Stock Exchange* (IDX) atau biasa dikenal dengan Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan pihak atau instansi yang menyelenggarakan kegiatan jual beli efek suatu perusahaan. BEI telah muncul di Indonesia sejak dahulu saat masih zaman pemerintahan Belanda. Pada tanggal 14 Desember 1912 tepat di Batavia menjadi awal pertumbuhan dan perkembangan pasar modal di wilayah nusantara. Akan tetapi dari kemunculan BEI proses perkembangannya tak semulus seperti yang diharapkan pemerintahan. Seiring dengan perjalanan waktu, aktivitas BEI mengalami penurunan karena dipengaruhi oleh keadaan social politik dan bahkan pada tahun 1956 kegiatan pasar modal di nonaktifkan. Kemudian ditahun 1977 presiden Soeharto mengaktifkan kembali aktivitas perdagangan pasar modal. Setelah diresmikan, perkembangan BEI terus mengalami peningkatan dengan adanya peristiwa-peristiwa penting yang memberikan dampak positif dan kemajuan hingga saat ini. BEI memiliki berbagai produk yang ditawarkan diantaranya saham, obligasi, reksa dana, indeks, derivatif, pinjam meminjam efek dan lain sebagainya.

Berbagai macam jenis perusahaan yang telah memenuhi kualifikasi banyak terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Emiten yang sudah *go public* dan terbuka akan berusaha meningkatkan kinerja perusahaan dengan aktif dalam kegiatan perdagangan pasar modal. Salah satu perusahaan yang terdaftar di BEI adalah perusahaan sektor pertambangan. Indonesia termasuk negara dengan sumber daya alam yang sangat melimpah, sehingga banyak perusahaan tambang yang memanfaatkan kekayaan alam tersebut. Kegiatan penggunaan sumber daya alam harus sesuai dengan undang-undang Nomor 4 tahun 2009 tentang pertambangan mineral batubara. Pada aturan tersebut mengandung pokok-pokok kebijakan terkait penyelenggaraan investasi pertambangan yang akan memberi dampak kepada masyarakat yaitu sebagai berikut:<sup>52</sup>

---

<sup>52</sup> Jemmy Sondakh, "Bagi Hasil Investasi Sebagai Hak Masyarakat Adat Pada Ada Wilayah Pertambangan Di Era Otonomi Daerah" 23, no. 8 (2017): 27-46.

1. Sumber daya alam yang terbarukan berupa mineral dan batubara dikuasai oleh negara dan pengembangan serta pelayatanaannya dilaksanakan oleh pemerintah dan pemerintah daerah bekerjasama bersama dengan para emiten.
2. Pemerintah memberikan kesempatan kepada badan usaha yang berbadan hukum Indonesia, koperasi, perseorangan, maupun masyarakat setempat untuk melakukan pengusahaan mineral, berdasarkan izin, yang sejalan dengan otonomi daerah, diberikan oleh pemerintah dan atau pemerintah daerah sesuai dengan kewenangannya masing-masing.
3. Dalam rangka penyelenggaraan desentralisasi dan otonomi daerah, pengelolaan pertambangan mineral dilaksanakan berdasarkan prinsip ekstermalitas, akuntabilitas, dan efisiensi yang melibatkan pemerintah dan pemerintah daerah.
4. Usaha pertambangan harus memberi manfaat ekonomi dan sosial yang sebesar-besarnya bagi kesejahteraan rakyat Indonesia.
5. Kegiatan pertambangan harus dapat mempercepat pengembangan wilayah dan mendorong kegiatan ekonomi masyarakat/pengusaha kecil dan menengah serta mendorong tumbuhnya industri penunjang pertambangan.

Penelitian meneliti mengenai pengaruh media exposure, agresivitas pajak dan profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Objek dari penelitian ini ialah perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI untuk periode 2016-2019. Populasi penelitian berjumlah sebanyak 46 perusahaan. Kemudian dengan menggunakan metode *purposive sampling*, telah tentukan 19 sampel yang sesuai dengan kriteria.

**Tabel 1. Daftar Pemilihan Sampel**

No	Keterangan	Jumlah
1	Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2016-2019.	46

2	Perusahaan pertambangan yang tidak terdaftar BEI 2016-2019.	(5)
3	Perusahaan tidak menerbitkan laporan keuangan dalam Annual report 2016-2019.	(5)
4	Perusahaan tidak mempublikasikan tanggung jawab sosial / CSR dalam Annual report.	(8)
5	Perusahaan mengalami kerugian selama tahun 2016-2019 secara berturut-turut.	(9)
	Perusahaan yang masuk kriteria	19
	<b>Total perusahaan yang menjadi sampel penelitian adalah 19 X 4</b>	<b>76</b>

Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

Berdasarkan dari proses pemilihan sampel yang telah memenuhi kriteria yang ditentukan, maka diketahui daftar perusahaan pertambangan yang menjadi sampel penelitian ini yaitu sebagai berikut:

**Tabel 2. Daftar Perusahaan Sampel**

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	BSSR	Baramulti Suksessarana Tbk
2	BUMI	Bumi Resources Tbk
3	SMMT	Golden Eagle Energy Tbk
4	ARTI	Ratu Prabu Energi Tbk
5	BYAN	Bayan Resources Tbk
6	RUIS	Rediant Utama Interinsco Tbk
7	DEWA	Darma Henwa Tbk
8	ANTM	Aneka Tambang Tbk
9	CITA	Cita Mineral Investindo Tbk
10	DOID	Delta Dunia Makmur Tbk

11	DSSA	Dian Swastatika Sentosa Tbk
12	GEMS	Golden Energy Mines Tbk
13	HRUM	Harum Energy Tbk
14	KKGI	Resource Alam Indonesia Tbk
15	MYOH	Samindo Resources Tbk
16	PTRO	Petrosea Tbk
17	BIPI	Astrindo Nusantara Infrastruktur Tbk
18	ESSA	Surya Esa Perkasa Tbk
19	PSAB	J Resources Asia Pasifik Tbk

Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

## 4.2 Analisis Data

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif, Karena data dalam penelitian ini diolah dengan menggunakan Microsoft Excel 2016 dan aplikasi SPSS versi 16.0. Adapun variabel yang diteliti dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen berupa Media Exposure (X1), Agresivitas Pajak (X2), Profitabilitas (X3) dan variabel dependen yaitu Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Y).

### 4.2.1 Uji Statistik Deskriptif

Hasil dari uji statistik deskriptif untuk variabel Media Exposure, Agresivitas Pajak, Profitabilitas dan variabel *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2016-2019, dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 3. Hasil Uji Analisis Deskriptif**

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	76	.07	.32	.2065	.05456
media exposure	76	.00	1.00	.7895	.41039
agresivitas pajak	76	-.25	13.81	.5988	1.63724
Profitabilitas	76	-.55	.46	.0574	.12181
Valid N (listwise)	76				

**Sumber: Hasil SPSS 16.0, Data Sekunder yang diolah**

Melalui uji analisis statistik deskriptif diperoleh keseluruhan data sebanyak 76 data (N) yang didapat dari perkalian antara 19 sampel (perusahaan sampel) dengan jumlah tahun penelitian selama 4 tahun (periode 2016-2019). Tabel 3 menjabarkan mengenai statistik deskriptif dari setiap variabel dalam penelitian ini. Dari uji ini membuktikan dari semua data variabel penelitian yang diteliti dapat diolah dengan baik.

Berdasarkan tabel 4, hasil analisis untuk variabel *Media Exposure* menunjukkan nilai minimum sebesar 0,00 yang memiliki arti bahwa nilai terendah dari data sampel variabel ini adalah 0,00. Sedangkan nilai maksimum sebesar 1,00 yang berarti bahwa nilai tertinggi data yang dianalisis adalah 1,00. Untuk nilai mean dari variabel *Media Exposure* ialah 0,7895 yang berarti nilai rata-rata data yang dianalisis sebesar 0,7895. Untuk nilai standar deviasi atau standar penyimpangan ialah 0,41039 yang berarti bahwa penyimpangan data pada variabel ini agak sedikit sebab nilainya dibawah rata-rata. Perusahaan pada penelitian ini mempunyai rata-rata sampel kegiatan CSR tinggi, yaitu sekitar 79% dari yang mengungkapkan CSR di laman perusahaan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perusahaan telah berupaya melakukan pengkapan *corporate social responsibility* dengan mencantumkan menu CSR pada masing-masing laman atau media perusahaan.

Hasil analisis untuk variabel Agresivitas Pajak menunjukkan nilai minimum sebesar -0,25 yang memiliki arti bahwa nilai terendah dari data sampel variabel ini adalah -0,25. Sedangkan nilai maximum sebesar 13,81 yang berarti bahwa nilai tertinggi data yang

dianalisis adalah 13,81. Untuk nilai mean dari variabel Agresivitas Pajak ialah 0,5988 yang berarti nilai rata-rata data yang dianalisis sebesar 0,5988. Untuk nilai standar deviasi atau standar penyimpangan ialah 1,63724 yang berarti bahwa penyimpangan data variabel ini banyak sebab nilainya diatas rata-rata. Hal ini menunjukkan rata-rata sampel mempunyai beban pajak penghasilan sebesar 60% dari laba sebelum pajak perusahaan. Sehingga dari hasil itu diketahui bahwa beban pajak penghasilan yang tinggi menyebabkan perusahaan kurang terdorong untuk mengungkapkan *corporate social responsibility*.

Hasil analisis untuk variabel Profitabilitas menunjukkan nilai minimum sebesar -0,55 yang memiliki arti bahwa nilai terendah dari data sampel variabel ini adalah -0,55. Sedangkan nilai maximum sebesar 0,46 yang berarti bahwa nilai tertinggi data yang dianalisis adalah 0,46. Untuk nilai means dari variabel Profitabilitas ialah 0,0574 yang berarti nilai rata-rata data yang dianalisis sebesar 0,0574. Untuk nilai standar deviasi atau standar penyimpangan ialah 0,12181 yang berarti bahwa penyimpangan datanya agak banyak sebab nilainya diatas rata-rata. Perusahaan pada penelitian ini mempunyai rata-rata laba sebelum pajak sebesar 6% dari total asset yang dimiliki perusahaan.

Berdasarkan tabel diatas, hasil analisis pada variabel *Corporate Social Responsibility* menunjukkan nilai minimum sebesar 0,07 yang memiliki arti bahwa nilai terendah dari data sampel variabel ini adalah 0,07. Sedangkan nilai maximum sebesar 0,32 yang berarti bahwa nilai tertinggi data yang dianalisis adalah 0,32. Untuk nilai mean dari variabel *Corporate Social Responsibility* ialah 0,2065 yang berarti nilai rata-rata data yang dianalisis sebesar 0,2065. Untuk nilai standar deviasi atau standar penyimpangan ialah 0,05456 yang berarti bahwa penyimpangan datanya sedikit, karena dibawah rata-rata. Hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata sampel yang mempunyai indeks pengungkapan *corporate social responsibility* GRI G4 hanya sekitar 21% dari hasil yang diprediksi.

#### 4.2.2 Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

Analisis uji normalitas perlu dilakukan karena untuk mengetahui distribusi normalitas data dari variabel-variabel penelitian. Hasil pengujian normalitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4. Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

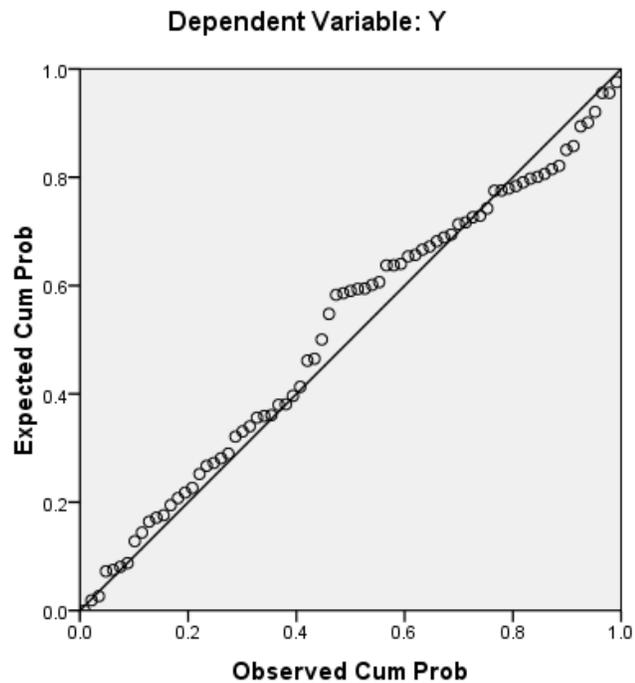
		Unstandardized Residual
N		76
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.05343404
Most Extreme Differences	Absolute	.094
	Positive	.094
	Negative	-.056
Kolmogorov-Smirnov Z		.822
Asymp. Sig. (2-tailed)		.509
a. Test distribution is Normal.		

**Sumber: Hasil SPSS 16.0, Data Sekunder yang diolah**

Berdasarkan tabel 4., hasil analisis normalitas melalui pengujian Kolmogorov-Smirnov Z menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,509. Hasil tersebut membuktikan bahwa pengujian data dalam penelitian ini terdapat nilai residual yang telah terdistribusi normal, karena ditunjukkan dari nilai signifikan lebih besar dari nilai alpha 0,05 ( $0,509 > 0,05$ ). Selain itu, uji normalitas penelitian ini juga dibuktikan pada grafik dibawah ini:

**Gambar 3. Hasil Uji Normalitas**

### Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



**Sumber: Hasil SPSS 16.0**

Pada grafik *Normal P-P Plot of Regression Standardizer Residual* untuk Uji Normalitas, hasil analisis yang menunjukkan titik-titik plotting tidak menjauh dan menyebar mengikuti garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini telah memenuhi model regresi berdistribusi normal.

#### b. Uji Multikolinearitas

Analisis uji multikolinearitas dilaksanakan untuk menguji ada tidaknya hubungan kuat antar variabel bebas penelitian ini. Dari pengujian ini akan diketahui gejala multikolinearitas dalam model regresi. Untuk lebih membuktikan pengujian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas**

		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.084	.008		11.016	.000		
	Media Exposure	-.003	.017	-.020	-.172	.864	.987	1.013
	Agresivitas Pajak	.001	.003	.033	.291	.772	.992	1.008
	Profitabilitas	.104	.043	.277	2.417	.018	.994	1.006

a. Dependent Variable: CSR

**Sumber: Hasil SPSS 16.0, Data Sekunder yang diolah**

Berdasarkan tabel 5, menunjukkan bahwa nilai Tolerance dan VIF untuk variabel Independen yang terdiri dari Media Exposure (X1) dengan nilai Tolerance sebesar 0,987 dan nilai VIF sebesar 1,013, Agresivitas Pajak (X2) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,992 dan nilai VIF sebesar 1,008 dan Profitabilitas (X3) yang memiliki nilai Tolerance sebesar 0,994 dan nilai VIF sebesar 1,006. Dari keseluruhan variabel Independen (bebas) memiliki nilai Tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10,0. Sehingga dari hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel Independen dalam penelitian ini tidak terjadi gejala Multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dilakukan uji Heteroskedastisitas pada model regresi untuk menguji ketidaksamaan variasi (*Variance*) dari nilai residual suatu periode pengamatan pada pengamatan lain suatu penelitian. Heteroskedastisitas terjadi ketika terdapat perbedaan variance dalam nilai residual pengamatan tersebut. Hasil pengujian ini dapat dilihat pada tabel uji Glejser sebagai berikut:

**Tabel 6. Hasil Uji Heterokedastisitas**

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.041	.008		5.343	.000
	media exposure	.006	.009	.086	.729	.468
	agresivitas pajak	-.002	.002	-.104	-.886	.378
	Profitabilitas	-.016	.029	-.064	-.546	.587

a. Dependent Variable: Abs\_RES

**Sumber: Hasil SPSS 16.0, Data Sekunder yang diolah**

Pada tabel 6, merupakan hasil uji diatas yang dianggap paling akurat untuk uji heteroskedastisitas suatu model regresi. Hasil analisis menunjukkan nilai Signifikan pada variabel Media Exposure sebesar 0,468, variabel Agresivitas Pajak sebesar 0,378, dan Profitabilitas sebesar 0,587. Berdasarkan hasil keseluruhan variabel yang menunjukkan nilai signifikan  $>0,05$ , maka dapat diambil kesimpulan bahwa pada model regresi penelitian tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi perlu dilakukan karena untuk menguji ada tidaknya korelasi antara kesalahan pengganggu untuk suatu periode t terhadap kesalahan pengganggu periode t-1 sebelumnya dalam model regresi linear. Pada penelitian ini uji autokorelasi dibuktikan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 7. Hasil Uji Autokorelasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.277 <sup>a</sup>	.077	.038	.04444	1.947

a. Predictors: (Constant), profitabilitas, agresivitas pajak, media exposure

b. Dependent Variable: CSR

**Sumber: Hasil SPSS 16.0, Data Sekunder yang diolah**

Berdasarkan tabel 7, yang menguji autokorelasi melalui uji Durbin-Watson yang menggunakan metode Cochran Orcutt diketahui bahwa nilai Durbin-Watson sebesar 1,947 dengan perbandingan nilai tabel 0,05 (5%), jumlah variabel independen 3 (K=3) dan jumlah sampel sebanyak 76 perusahaan. Menurut metode Durbin-Watson, diperoleh nilai batas bawah (dL) sebesar 1,5467 dan nilai batas atas (dU) sebesar 1,7104. Dari dasar metode Durbin-Watson tersebut, maka dapat dimasukkan pada perhitungan rumus yaitu  $dU < d < 4-dU$  ( $1,7104 < 1,947 < 2,8296$ ) untuk nilai 1,947 terletak diantara nilai batas atas (dU) sebesar 1.7104 dan  $4-dU$  ( $4-1,7104=2,8296$ ). Karena nilai tersebut sesuai dasar perhitungan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada model regresi.

4.2.3 Uji Hipotesis

1. Uji Regresi Linear Berganda

**Tabel 8. Hasil Uji Regesi Linier Berganda**

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.084	.008		11.016	.000
	Media Exposure	-.003	.017	-.020	-.172	.864
	Agresivitas pajak	.001	.003	.033	.291	.772
	Profitabilitas	.104	.043	.277	2.417	.018

a. Dependent Variable: CSR

**Sumber: Hasil SPSS 16.0, Data Sekunder yang diolah**

Pada tabel 8, menunjukkan hasil analisis data yang telah diolah menggunakan software SPSS 16.0 sehingga pada penelitian ini dapat diperoleh model persamaan regresi linear berganda seperti berikut ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 0,084 - 0,003 X_1 + 0,001 X_2 + 0,104 X_3 + e$$

Berdasarkan model persamaan regresi diatas menunjukkan antara variabel independen dengan variabel dependen, maka dari persamaan itu dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a) Nilai dari konstanta ( $\alpha$ ) adalah 0,084 yang menyatakan apabila variabel independen (media exposure, agresivitas pajak, dan profitabilitas) nilainya diasumsikan 0 maka pengungkapan *Corporate Social Responsibility* akan meningkat sebanyak 0,084.
- b) Nilai koefisien regresi *Media Exposure* ( $X_1$ ) adalah -0,003. Nilai tersebut menunjukkan bahwa *Media Exposure* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Yang berarti setiap peningkatan 1 satuan media exposure, maka akan menurunkan *Corporate Social Responsibility* sebesar 0,003 dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan.

- c) Nilai koefisien regresi Agresivitas Pajak( $X_2$ ) adalah 0,001. Nilai tersebut menunjukkan bahwa Agresivitas Pajak berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Yang berarti setiap peningkatan 1 satuan agresivitas pajak, maka akan meningkatkan *Corporate Social Responsibility* sebesar 0,001 dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan.
- d) Nilai koefisien regresi Profitabilitas ( $X_3$ ) adalah 0,104. Nilai tersebut menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Yang berarti setiap peningkatan 1 satuan profitabilitas, maka akan meningkatkan *Corporate Social Responsibility* sebesar 0,104 dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan.
2. Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Uji analisis ini perlu dilakukan untuk menguji seberapa besar kemampuan model dalam mengungkapkan nilai dari variabel dependen (terikat). Untuk hasil pengujian koefisien determinan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.277 <sup>a</sup>	.077	.038	.04444	1.947

a. Predictors: (Constant), profitabilitas, agresivitas pajak, media exposure

b. Dependent Variable: CSR

**Sumber: Hasil SPSS 16.0, Data Sekunder yang diolah**

Berdasarkan data yang terdapat pada tabel 9 menyatakan perolehan dari nilai R square yakni sebesar 0,077. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen (media exposure, agresivitas pajak, dan profitabilitas) dalam menjelaskan variabel dependen (*Corporate Social Responsibility*) adalah sebesar 7,7% sedangkan sisanya sebesar 92,3% dijelaskan oleh variabel lain diluar model. Sehingga model yang disusun dalam penelitian ini cenderung kurang baik.

### 3. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Pengujian analisis ini perlu dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen (media exposure, agresivitas pajak, dan profitabilitas) secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen (*Corporate Social Responsibility*). Adapun hasil analisis uji F dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 10. Hasil Uji Signifikansi Simultan**

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.012	3	.004	1.968	.126 <sup>a</sup>
	Residual	.140	71	.002		
	Total	.152	74			

a. Predictors: (Constant), profitabilitas, agresivitas pajak, media exposure

b. Dependent Variable: CSR

**Sumber: Hasil SPSS 16.0, Data Sekunder yang diolah**

Pada tabel 10. menyatakan bahwa perolehan hasil dari nilai  $F_{\text{tabel}}$  sebesar 2,73 dan  $F_{\text{hitung}}$  sebesar 1,968 dengan hasil  $F_{\text{hitung}} (1,968) < F_{\text{tabel}} (2,73)$ , sedangkan nilai signifikan pada tabel tersebut menunjukkan nilai 0,126 yang berarti nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ( $0,126 > 0,05$ ). Artinya, variabel media exposure, agresivitas pajak, dan profitabilitas secara gabungan atau bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR karena nilai tersebut membuktikan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

### 4. Uji Regresi Parsial (Uji T)

Uji T dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh variabel independen (media exposure, agresivitas pajak, dan Profitabilitas) terhadap variabel dependen (*Corporate Social Responsibility*) secara sendiri-sendiri. Hasil uji T dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 11. Hasil Uji Regesi Parsial**

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.084	.008		11.016	.000
	Media exposure	-.003	.017	-.020	-.172	.864
	Agresivitas pajak	.001	.003	.033	.291	.772
	Profitabilitas	.104	.043	.277	2.417	.018

a. Dependent Variable: CSR

### Sumber: Hasil SPSS 16.0, Data Sekunder yang diolah

Berdasarkan pada tabel 11, yang menunjukkan hasil pengolahan data uji stimultan secara parsial, maka dapat dijelaskan dan ditarik kesimpulan sebagai berikut:

#### a) Pengujian Variabel *Media Exposure*

Dalam variabel *media exposure* (X1) memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,864 yang berarti nilai signifikansi tersebut lebih besar dari probabilitas 0,05 ( $0,864 > 0,05$ ). Sedangkan jika diamati dari perbandingan antara nilai t hitung dengan nilai t tabel, variabel *media exposure* memiliki nilai t hitung sebesar -0,172 dan t tabel sebesar 1,99346 yang berarti nilai t hitung < t tabel ( $-0,172 < 1,99346$ ). Sehingga hasil tersebut membuktikan bahwa **H1** ditolak. Kesimpulannya, variabel *Media Exposure* tidak memiliki pengaruh terhadap variabel Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan tidak signifikan.

#### b) Pengujian Variabel Agresivitas Pajak

Pada variabel *agresivitas pajak* (X2) memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,772 yang berarti nilai signifikansi tersebut lebih besar dari probabilitas 0,05 ( $0,772 > 0,05$ ). Sedangkan jika diamati dari perbandingan antara nilai t hitung dengan nilai t tabel, variabel *agresivitas pajak* memiliki nilai t hitung sebesar 0,291 dan t tabel sebesar 1,99346 yang berarti nilai t hitung < t tabel ( $0,291 < 1,99346$ ). Sehingga hasil tersebut membuktikan bahwa **H2** ditolak.

Kesimpulannya, variabel Agresivitas pajak tidak memiliki pengaruh terhadap variabel Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan tidak signifikan.

c) Pengujian Variabel Profitabilitas

Dalam variabel profitabilitas (X3) memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,018 yang berarti nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari probabilitas 0,05 ( $0,018 < 0,05$ ). Sedangkan jika diamati dari perbandingan antara nilai t hitung dengan nilai t tabel, variabel profitabilitas memiliki nilai t hitung sebesar 2,417 dan t tabel sebesar 1,99346 yang berarti nilai t hitung  $>$  t tabel ( $2,417 > 1,99346$ ). Sehingga hasil tersebut membuktikan bahwa **H3** diterima. Kesimpulannya, variabel Profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* secara parsial atau sendiri-sendiri.

### 4.3 Pembahasan

Analisis data pada penelitian ini perlu dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh Media Exposure (X1), Agresivitas Pajak (X2), dan Profitabilitas (X3) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Y) perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2016-2019, sehingga diperoleh hasil yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh Media Exposure Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hipotesis pertama penelitian ini untuk mengetahui pengaruh media exposure terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis telah dijelaskan pada tabel 8, yang menunjukkan hasil bahwa variabel media exposure berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap variabel *Corporate Social Responsibility*. Karena hal tersebut dapat dilihat pada nilai koefisien regresi negatif yaitu -0,003 sehingga dapat disimpulkan variabel Media Exposure berpengaruh negatif. Selain itu, tidak signifikan sebab tingkat signifikansinya 0,864 yang berarti lebih besar dari 0,05 ( $0,864 > 0,05$ ). Dari analisis tersebut, diartikan bahwa variabel Media Exposure memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR. Dengan

demikian, hipotesis pertama (**H1**) yang menyatakan bahwa Media Exposure berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* **ditolak**.

*Media exposure* memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility*. Menurut teori legitimasi kurangnya intensitas perusahaan dalam melakukan pengungkapan CSR melalui media akan mengurangi juga nilai perusahaan di masyarakat. Dampak yang timbul dari hal tersebut yaitu masyarakat tidak memperhatikan aktivitas-aktivitas yang diungkap perusahaan di media. Sehingga perusahaan tidak begitu dalam hal pengungkapan media dan minat perusahaan dalam melaksanakan kegiatan *corporate social responsibility* juga akan semakin menurun. Selain itu, dari penelitian ini diketahui penyebab media exposure tidak begitu berpengaruh terhadap pengungkapan CSR karena informasi yang dimuat di website perusahaan mengenai CSR terbatas serta hanya isu-isu besar saja. Hal itu tidak sesuai dengan informasi kegiatan-kegiatan CSR dalam annual report yang dipaparkan secara detail dan berkelanjutan.

Hasil pengujian hipotesis untuk variabel media exposure sejalan dengan penelitian yang telah dilaksanakan oleh Decky Dermawan (2015) yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*” dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa pengungkapan media (media exposure) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Akan tetapi, hasil tersebut berbanding terbalik dengan dengan penelitian Hotria (2018) yang berjudul Pengaruh Agresivitas Pajak, Media Exposure, Profitabilitas, dan Sertifikat ISO 14001 Terhadap Minat Pengungkapan CSR (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2017) yang menyatakan bahwa media exposure mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Penolakan hipotesis pada variabel ini menunjukkan bahwa media exposure hanya bagian dari upaya perusahaan dalam menambah konten atau isi website perusahaan saja. Hal itu terjadi karena perusahaan hanya berusaha mengikuti tuntutan publik, yang belum tentu kegiatan CSR direalisasikan. Kegiatan CSR akan terlaksana jika perusahaan benar-benar memiliki dorongan yang kuat untuk mewujudkannya. Media exposure kecil pengaruhnya sebab sampel pada penelitian ini memiliki

keterbatasan dalam pengukurannya dan juga hanya beberapa perusahaan yang mempublikasikan program CSR. Oleh karena itu, perusahaan pertambangan tidak sepenuhnya melakukan program *corporate social responsibility* bagi lingkungan masyarakat sekitar tambang.

## 2. Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*

Hipotesis kedua penelitian ini untuk mengetahui adanya pengaruh agresivitas pajak terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang diamati pada tabel 8, yang menunjukkan bahwa variabel agresivitas pajak tidak berpengaruh positif signifikan terhadap variabel pengungkapan *corporate social responsibility*. Karena hal tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien regresi positif yaitu 0,001, sehingga dapat diartikan variabel agresivitas pajak tidak berpengaruh. Selain itu, tidak signifikan sebab tingkat signifikansinya sebesar 0,772 yang berarti lebih besar dari tingkat probabilitas 0,05 ( $0,772 > 0,05$ ). Dari analisis tersebut, disimpulkan bahwa variabel agresivitas pajak tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Dengan demikian, hipotesis kedua (**H2**) yang menyatakan bahwa Agresivitas Pajak berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* **ditolak**.

Dalam teori legitimasi, aktivitas agresivitas pajak tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Tindakan agresivitas pajak termasuk kegiatan yang tidak sesuai dengan norma-norma yang berlaku dimasyarakat. Anggapan miring masyarakat mengenai tindakan agresivitas pajak memberikan dampak buruk bagi perusahaan. Dengan adanya persepsi tersebut perusahaan menjadi kurang tertarik dalam melakukan program *corporate social responsibility*. Karena berbagai kegiatan CSR tidak dapat lagi mengalihkan perhatian masyarakat mengenai tindakan agresivitas pajak.

Hasil dari hipotesis ini tidak sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan Winda Plorensia (2015) yang berjudul Pengaruh Agresivitas Pajak dan Media Eksplosure Terhadap Corporate Social Responsibility pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014, yang menyatakan bahwa

Agresivitas Pajak memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *corporate social responsibility*. Namun, hipotesis variabel ini sejalan dengan penelitian Abid Ramadhan (2019) yang berjudul Profitabilitas, Agresivitas Pajak dan Kinerja Lingkungan Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) selama periode 2013-2017, yang menyatakan bahwa Agresivitas Pajak tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Penolakan hipotesis pada variabel ini menandakan bahwa tindakan agresivitas pajak tidak sepenuhnya bertujuan untuk melakukan program *corporate social responsibility*. Sebagian perusahaan melakukan program CSR hanya atas dasar untuk memperoleh dan menjaga reputasi perusahaan bagi para pemangku kepentingan. Disamping itu, minimnya pengungkapan CSR karena perusahaan sedang berada dibawah tekanan ekonomi yang menjadikan kondisi keuangan perusahaan tidak stabil. Sehingga perusahaan mengantisipasi dengan cara meminimalisir aktivitas yang berkaitan dengan program pertanggungjawaban sosial. Berdasarkan pernyataan tersebut, maka tindakan agresivitas pajak tidak mempengaruhi perusahaan untuk melakukan pengungkapan program *corporate social responsibility* yang sesungguhnya.

### 3. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hipotesis ketiga penelitian ini untuk mengetahui adanya pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat diamati pada tabel 8, yang menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Karena hal tersebut dapat diketahui dari nilai koefisien regresi positif yaitu 0,104 sehingga diartikan variabel profitabilitas memiliki pengaruh positif. Selain itu, signifikan sebab tingkat signifikansinya sebesar 0,018 yang menunjukkan nilai lebih kecil dari probabilitas 0,05 ( $0,018 < 0,05$ ). Dari analisis tersebut, disimpulkan bahwa variabel profitabilitas mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Dengan demikian, hipotesis ketiga (**H3**) yang menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* **diterima**.

Menurut teori legitimasi, profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Perusahaan yang memperoleh profit atau laba yang tinggi akan terus berupaya untuk meningkatkan program-program CSR. Terwujudnya berbagai program CSR yang memberikan banyak manfaat bagi masyarakat dan lingkungan, secara tidak langsung akan menciptakan legitimasi yang baik antara perusahaan dengan masyarakat. Sehingga semakin tinggi profit yang diperoleh, maka perusahaan juga akan meningkatkan kegiatan pengungkapan *corporate social responsibility*.

Hasil dari hipotesis penelitian ini sesuai dengan penelitian telah dilaksanakan oleh I Gusti Agung Raka Widiawan (2017) yang berjudul Pengaruh *Consumer Proximity*, *Media Exposure*, dan *Profitability* Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) Disclosure perusahaan di Indonesia, yang menunjukkan bahwa *Profitability* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Tetapi, hal itu tidak sependapat dengan hasil penelitian Gladis Kadir Yovana (2020) yang berjudul Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang menyatakan bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Penerimaan hipotesis pada variabel ini menandakan bahwa perusahaan dapat memanfaatkan dana diperoleh profit untuk program *corporate social responsibility*. Penggunaan dana yang tepat, akan mewujudkan berbagai macam kegiatan CSR bagi masyarakat. Sehingga semakin tinggi profitabilitas perusahaan, maka akan semakin meningkatkan pula program-program *corporate social responsibility* diungkap perusahaan. Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi akan lebih terdorong untuk memberikan informasi dan menunjukkan seluruh program pertanggungjawaban sosialnya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dari Pengaruh Media Exposure, Agresivitas Pajak, dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI periode 2016-2019), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *Media Exposure* (X1) berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil tersebut dibuktikan dari Uji T yang menunjukkan bahwa nilai t hitung dari variabel media exposure sebesar -0,172 lebih kecil dari nilai t tabel sebesar 1,99346 ( $-0,0172 < 1,99346$ ). Dan nilai signifikannya sebesar 0,864 lebih besar dari probabilitas 0,05 ( $0,864 > 0,05$ ) yang memiliki arti media exposure berpengaruh negatif dan tidak ada temuan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan nilai koefisien regresinya dari media exposure negatif sebesar -0,003 yang berarti bahwa semakin banyak liputan media, justru akan mengurangi tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan pertambangan.
2. Variabel Agresivitas Pajak tidak berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil tersebut dibuktikan dari Uji T yang menunjukkan nilai t hitung pada variabel agresivitas pajak sebesar 0,291 lebih kecil dari nilai t tabel sebesar 1,99346 ( $0,291 < 1,99346$ ). Dan nilai signifikannya sebesar 0,772 lebih besar dari probabilitas 0,05 ( $0,772 > 0,05$ ) yang memiliki arti agresivitas pajak tidak berpengaruh dan tidak terdapat temuan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan nilai koefisien regresi dari variabel agresivitas pajak positif sebesar 0,001 yang berarti bahwa semakin kecil agresivitas pajak, maka akan semakin tinggi tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan pertambangan.
3. Variabel Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil tersebut dapat dibuktikan dari Uji T yang

menunjukkan nilai t hitung pada variabel profitabilitas sebesar 2,417 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,99346 ( $2,417 > 1,99346$ ). Dan nilai signifikansinya sebesar 0,018 lebih kecil dari probabilitas 0,05 ( $0,018 < 0,05$ ) yang memiliki arti profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan nilai koefisien regresinya positif sebesar 0,104 yang berarti bahwa semakin tinggi profitabilitas, maka akan semakin tinggi pula tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan pertambangan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan dari kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis akan mengutarakan beberapa saran dari mengenai penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Bagi Perusahaan

Melalui hasil dari penelitian ini, diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi pihak-pihak perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Disamping itu, diharapkan juga bagi perusahaan-perusahaan pertambang agar meningkatkan berbagai program corporate social responsibility yang memberikan banyak manfaat bagi masyarakat. Karena masih terdapat beberapa perusahaan belum melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* secara detail dan menyeluruh. Dan juga diharapkan agar perusahaan untuk tetap menaati semua regulasi yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Dengan mengindahkan beberapa saran tersebut, maka nilai perusahaan di mata masyarakat akan semakin baik.

### 2. Bagi Peneliti Berikutnya

- a) Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan untuk mengembangkan kualitas penelitian. Adapun bentuk pengembangannya dapat berupa menambah rentang waktu penelitian, menambah variabel-variabel baru, dan menambahkan sejumlah sampel penelitian agar menjadi lebih kompleks dan akurat.
- b) Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan untuk menjadi bahan rujukan bagi penelitian mendatang, lebih khususnya bagi yang memiliki kesamaan variabel penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dermawan, Decky. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility." *Accounting Analysis Journal* 4, no. 4 (2015): 158–165.
- Dharmawan Krisna, Aditya, and Novrys Suhardianto. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial." *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 18, no. 2 (2016): 119–127.
- Dianawati, Wiwiek. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Sertifikasi Lingkungan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Di Indonesia." *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)* 20, no. 2 (2017): 226.
- Dr. Farida Agus Setiawati, M.Si. *Statistika Terapan Untuk Penelitian Dan Sosial*. Yogyakarta: Parama Publising, 2018.
- Felicia, Mungky; Rasmini, Ni Ketut. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan CSR Pada Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI." *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 2 (2015): 143–153.
- Hotria, Hotria, and Mayar Afriyenti. "Pengaruh Agresivitas Pajak, Media Exposure, Profitabilitas, Dan Sertifikat ISO 14001 Terhadap Minat Pengungkapan CSR (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2015-2017)." *Wahana Riset Akuntansi* 6, no. 2 (2018): 1311.
- Kharisma, Indra, and Imron Mawardi. "Implementasi Islamic Corporate Social Responsibility (CSR) Pada PT Bumi Lingga Pertiwi Di Kabupaten Gresik." *JESTT* 1, no. 1 (2014): 36–63.
- Lisnawati, Yesi, Aam Abdussalam, and Wahyu Wibisana. "Konsep Khalifah Dalam Al-Qur`An Dan Implikasinya Terhadap Tujuan Pendidikan Islam (Studi Maudu'I Terhadap Konsep Khalifah Dalam Tafsir Al-Misbah)." *TARBAWY: Indonesian Journal of Islamic Education* 2, no. 1 (2015): 47.
- Luthfi, Muh. Khaidir, and Ambo Asse. "Pajak Dalam Perspektif Hadis Nabi SAW." *Laa Maisyir* 6, no. 1 (2019): 38–52.

- Munsaidah, Siti, Rita Andini, and Agus Supriyanto. "Analisis Pengaruh Firm Size, Age, Profitabilitas, Leverage, Dan Growth Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010-2014." *Journal of Accounting* 2, no. 2 (2016): 1–11.
- Noor Farida, Dessy. "Pengungkapan Lingkungan Dan Etika Al Qur'an Pada Perusahaan Tambang Di Indonesia." *Maksimum* 8, no. 3 (2019): 81.
- Nusantari, Nanda Inggar, Nila Firdausi Nuzula, and Agung Daron. "Pengaruh Agreventas Pajak Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar Dalam Indeks SRI KEHATI Tahun 2011-2013)." *Jurnal Administrasi Bisnis - Perpajakan (JAB)* 5, no. May (2015): 1–9.
- Plorensia, Winda A.P, and Pancawati Hardiningsih. "Pengaruh Agresivitas Pajak Dan Media Eksplosure Terhadap Corporate Social Responsibility." *Dinamika Akuntansi, Keuangan dan Perbankan* 4, no. 2 (2015): 136–151.
- Ramadhan, Abid, and Arfan Amrin. "Profitabilitas, Agresivitas Pajak Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure." *Economos : Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 2, no. 2 (2019): 45.
- Santoso, Singgih. *Menguasai Statistik Multivariat*. Jakarta: PT Elex Media KOmputindo, 2015.
- Simamora, Bachtiar Leo H, and Vinola Herawaty. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Corporate Social Responsibility Dengan Pertumbuhan Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi." *Prosiding Seminar Nasional Cendekiawan* (2018): 2.
- Sondakh, Jemmy. "Bagi Hasil Investasi Sebagai Hak Masyarakat Adat Pada Ada Wilayah Pertambangan Di Era Otonomi Daerah" 23, no. 8 (2017): 27–46.
- Sparta, Dr., and Desak Kadek Rheadanti. "Pengaruh Media Exposure Tehradap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perusahaan Manufaktur Terdaftar Di BEI." *Equity* 22, no. 1 (2019): 12.
- Suastha, Riva Dessthania. "Riset Temukan Kualitas CSR Perusahaan Indonesia Rendah." *CNN Indonesia*. Singapore, 2016. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20160721074144-20->

146030/riset-temukan-kualitas-csr-perusahaan-indonesia-rendah.

- Wartyna, Erva, and Prima Apriwenni. “Dampak Kinerja Lingkungan, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Publik, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial.” *Jurnal Akuntansi Keuangan ISSN : 2089-7219* 7, no. 1 (2018): 31–52.
- Widiawan, I Gusti Agung Raka, I Gusti Ayu Purnawati, and I Putu Julianto. “Pengaruh Consumer Proximity, Media Exposure, Dan Profitability Terhadap Corporate Social Responsibility (Csr) Disclosure Perusahaan Di Indonesia.” *e-Journal SI Ak Universitas Pendidikan Ganesha* 8, no. 2 (2017).
- Wijaya, Stefanus Ganang Sakti, and Paulus Th. Basuki Hadiprajitno. “Pengaruh Agrevititas Pajak Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility.” *DIPONEGORO JOURNAL OF ACCOUNTING* 6, no. 4 (2017): 1–15.
- Yovana, D. G, A. Kadir. “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR).” *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi* 21, no. April (2020): 45–54.
- Al-Qur'an Dan Terjemahnya Terbitan Kementrian Agama Republik Indonesia Edisi Penyempurnaan Tahun 2019*, n.d.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1: Data Penelitian

No	Kode perusahaan	Tahun	Media Exposure	Agresivitas Pajak	Profitabilitas	CSR
1	BSSR	2016	1.0	0.726892189	0.002161537	0.208791209
		2017	1.0	0.258501278	0.394108368	0.197802198
		2018	1.0	0.260207986	0.281775333	0.241758242
		2019	1.0	0.262383535	0.121499197	0.252747253
2	BUMI	2016	1.0	13.81492966	0.038764733	0.252747253
		2017	1.0	0.216252562	0.005144354	0.241758242
		2018	1.0	0.051616909	0.040498465	0.252747253
		2019	1.0	1.498024489	0.00255765	0.164835165
3	SMMT	2016	0.0	-0.25	-0.028710297	0.142857143
		2017	0.0	0.005045275	0.055229426	0.10989011
		2018	0.0	0.003211493	0.101668306	0.230769231
		2019	0.0	0.014691346	0.007153094	0.230769231
4	ARTI	2016	1.0	3.527137813	0.00352688	0.131868132
		2017	1.0	0.121309147	0.01152565	0.142857143
		2018	1.0	0.28364838	0.01218352	0.175824176
		2019	1.0	0.000423496	-0.552848481	0.131868132
5	BYAN	2016	1.0	0.389363431	0.021845185	0.252747253
		2017	1.0	0.195355723	0.380301757	0.175824176
		2018	1.0	0.247473823	0.455578872	0.197802198
		2019	1.0	0.248420381	0.183258157	0.175824176
6	RUIS	2016	0.0	0.509083454	0.026625935	0.208791209
		2017	0.0	0.447593196	0.021808946	0.164835165
		2018	0.0	0.393110882	0.027318096	0.153846154
		2019	0.0	0.346805874	0.026440305	0.164835165
7	DEWA	2016	1.0	0.801115783	0.001441995	0.263736264
		2017	1.0	0.74425416	0.006891834	0.252747253
		2018	1.0	0.623430395	0.006180067	0.285714286
		2019	1.0	0.058291436	0.006867791	0.296703297
8	ANTM	2016	1.0	0.726892189	0.002161537	0.296703297
		2017	1.0	0.699594381	0.004547945	0.318681319
		2018	1.0	0.309027779	0.026254018	0.307692308
		2019	1.0	0.71784218	0.221690457	0.318681319
9	CITA	2016	1.0	-0.008342677	-0.09729514	0.065934066
		2017	1.0	0.116855665	0.017732972	0.153846154
		2018	1.0	0.087812756	0.202328393	0.175824176

		2019	1.0	0.224622781	0.170335781	0.164835165
10	DOID	2016	1.0	0.389073596	0.042038089	0.208791209
		2017	1.0	0.460832266	0.049437627	0.164835165
		2018	1.0	0.29896528	0.063882812	0.21978022
		2019	1.0	0.412787951	0.017328367	0.208791209
11	DSSA	2016	0.0	0.336629464	0.029015284	0.175824176
		2017	0.0	0.336548019	0.046473174	0.175824176
		2018	0.0	0.378610274	0.035651757	0.197802198
		2019	0.0	0.461211978	0.019267258	0.274725275
12	GEMS	2016	1.0	0.282724779	0.092642381	0.21978022
		2017	1.0	0.281198155	0.203407735	0.175824176
		2018	1.0	0.25695033	0.143426377	0.197802198
		2019	1.0	0.332315166	0.085526401	0.208791209
13	HRUM	2016	1.0	0.388272	0.043495956	0.230769231
		2017	1.0	0.23665258	0.121338213	0.164835165
		2018	1.0	0.165714953	0.085911005	0.197802198
		2019	1.0	0.214816941	0.045016781	0.208791209
14	KKGI	2016	1.0	0.355143322	0.095967825	0.230769231
		2017	1.0	0.315579253	0.127934457	0.208791209
		2018	1.0	0.575297609	0.004055763	0.21978022
		2019	1.0	0.325693349	0.042850476	0.230769231
15	MYOH	2016	1.0	0.278209035	0.144368338	0.263736264
		2017	1.0	0.276805947	0.090442707	0.263736264
		2018	1.0	0.253787506	0.204384203	0.285714286
		2019	1.0	0.252731702	0.162930105	0.274725275
16	PTRO	2016	0.0	-0.110492213	-0.019889433	0.208791209
		2017	0.0	0.230035205	0.019025098	0.230769231
		2018	0.0	3.289107764	0.04169614	0.263736264
		2019	0.0	0.228111678	0.056844825	0.285714286
17	BIPI	2016	1.0	-0.000410496	-0.134965503	0.241758242
		2017	1.0	0.014260106	0.028944848	0.230769231
		2018	1.0	0.15814381	0.017752448	0.197802198
		2019	1.0	0.244406636	0.021887069	0.208791209
18	ESSA	2016	1.0	0.369116116	0.000230858	0.164835165
		2017	1.0	0.484709835	0.002669679	0.142857143
		2018	1.0	1.13374168	0.056367531	0.153846154
		2019	1.0	1.051156083	0.000658924	0.164835165
19	PSAB	2016	1.0	0.451400542	0.026052219	0.120879121
		2017	1.0	0.431791028	0.017257002	0.10989011
		2018	1.0	0.343291132	0.020895134	0.120879121
		2019	1.0	0.653484105	0.004220193	0.131868132

**Lampiran 2: 91 Item Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

**Indikator Berdasarkan GRI G4**

<b>KATEGORI EKONOMI</b>		
- Kinerja Ekonomi	EC1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan
	EC2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang
	EC3	Cakupan kewajiban organisasi atas program
	EC4	Bantuan financial yang diterima dari
- Keberadaan Pasar	EC5	Rasio upah standar pegawai pemula (entry level) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan
	EC6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di lokasi operasi yang signifikan
- Dampak Ekonomi Tidak Langsung	EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan
	EC8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak
- Praktek Pengadaan	EC9	Perbandingan dari pembelian pemasok lokal di operasional yang signifikan
<b>KATEGORI LINGKUNGAN</b>		
- Bahan	EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau Volume

	EN2	Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang
-Energi	EN3	Konsumsi energi dalam organisasi
	EN4	Konsumsi energi diluar organisasi
	EN5	Intensitas Energi
	EN6	Pengurangan konsumsi energi
-Air	EN7	Konsumsi energi diluar organisasi
	EN8	Total pengambilan air berdasarkan sumber
	EN9	Sumber air yang secara signifika dipengaruhi oleh pengambilan air
	EN10	Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali
-Keanekaragaman Hayati	EN11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola didalam, atau yang berdekatan dengan, kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar

EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung
EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan

	EN14	Jumlah total spesies dalam iucn red list dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan
-Emisi	EN15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (cakupan 1)
	EN16	Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung (Cakupan 2)
	EN17	Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung lainnya (Cakupan 3)
	EN18	Intensitas emisi gas rumah kaca (GRK)
	EN19	Pengurangan emisi gas rumah kaca (GRK)
	EN20	Emisi bahan perusak ozon (BPO)
	EN21	NOX, SOX, dan emisi udara signifikan lainnya
-Efluen dan Limbah	EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
	EN23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
	EN24	Jumlah dan volume total tambahan signifikan

	EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi Base2 Lampiran I, II, III, dan VIII yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah dan presentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
	EN26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keaneragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkena dampak dari pembuangan dan air limpasan dari organisasi.
Produk dan Jasa	EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap dampak lingkungan produk dan jasa.
	EN28	Presentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasi menurut kategori.
Kepatuhan	EN29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan.
Transportasi	EN30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi, dan pengangkutan tenaga kerja.
Lain-lain	EN31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis.
Asesmen pemasok Atas Lingkungan	EN32	Presentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan.

	EN33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.
Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan	EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi.
KATEGORI SOSIAL SUB-KATEGORI: PRAKTEK KETENAGAKERJAAN DAN KENYAMANAN BEKERJA		

Kepegawaian	LA1	Jumlah total dan tingkat pengkrekutan karyawan baru, dan turnover karyawan menurut kelompok unsur, gender, dan wilayah.
	LA2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purna waktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu berdasarkan lokasi operasi yang signifikan.
	LA3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan menurut gender.
Hubungan Industrial	LA4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama.
Kesehatan dan Keselamatan Kerja	LA5	Presentase total kerja yangg diwakili dalam komite bersama formal manajemen-pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja.

	LA6	Jenis dan tingka cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender.
	LA7	Perkerja yang sering terkena atau beresiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka.
	LA8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja.
Pelatihan dan Pendidikan	LA9	Jam pelatihan rata-rata pertahun perkaryawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan.
	LA10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti.
	LA11	Presentase karyawan yang menerima

		review kinerja dan pengembangan karier secara reguler menurut gender dan kategori karyawan.
Keberagaman dan kesetaraan Peluang	LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan perkategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya.
	LA13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan berdasarkan lokasi operasional yang signifikan.
Asemen Pemasok Terkait Praktek	LA14	Presentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktek ketenagakerjaan.

Ketenagakerjaan	LA15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktek ketenagakerjaan dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.
	LA16	Jumlah pengaduan tentang praktek ketenagakerjaan yang diajukan dan ditangani.
SUB-KATEGORI : HAK ASAI MANUSIA		
Investasi	HR1	Jumlah total dan presentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan usul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia.
	HR2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi termasuk presentase karyawan yang dilatih.
Non Diskriminasi	HR3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan korektif yang diambil.
Kebebasan Berserikat dan Perjanjian Kerja Bersama	HR4	Operasi dan pemasok teridentifikasi yang \mungkin melanggar atau beresiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan

		kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut.
Pekerja Anak	HR5	Operasi dan pemasok yang teridentifikasi beresiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif.

Pekerja Paksa atau Wajib Kerja	HR6	Operasi dan pemasok yang teridentifikasi beresiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja.
Praktek Pengaman	HR7	Presentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia diorganisasi yang relevan dengan operasi.
Asesmen	HR9	Jumlah total dan presentase operasi yang telah melakukan review atau asesmen dampak hak asasi manusia.
Asesmen pemasok atas Hak Asasi Manusia	HR10	Presentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia.
	HR11	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.
Mekanisme Pengaduan Masalah Hak Asasi Manusia	HR12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduann formal.
SUB-KATEGORI MASYARAKAT		
Masyarakat Lokal	SO1	Presentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan.
	SO2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal.

Anti Korupsi	SO3	Jumlah total dan presentase operasi yang dinilai terhadap resiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi.
	SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi.
	SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil.
Kebijakan Publik	SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima –penerima manfaat,
Anti Persaingan	SO7	Jumlah total tindakan hukum terkait anti persaingan, anti-trustm serta praktek monopoli dan hasilnya.
Kepatuhan	SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap Undang-undang an peraturan
Asesmen Pemasok Atas Dampak Terhadap Masyarakat	SO9	Presentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria untuk dampak terhadap masyarakat
	SO10	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.
Mekanisme Pengaduan Dampak terhadap Masyarakat	SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani,, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi.
SUB-KATEGORI: TANGGUNG JAWAB ATAS PRODUK		

Kesehatan Keselamatan Pelanggan	PR1	Presentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan.
	PR2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan kode sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup menurut jenis hasil.
Pelabelan Produk dan	PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang

Jasa		diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta presentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis.
	PR4	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil.
	PR5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan.
Komunikasi Pemasaran	PR6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan.
	PR7	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi dan sponsor menurut jenis hasil.

Privasi Pelanggan	PR8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan.
Kepatuhan	PR9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap Undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa.

Sumber: *Global Reporting Initiative*

### Lampiran 3: Hasil Pengujian SPSS

#### Hasil Uji Analisis Deskriptif

##### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	76	.07	.32	.2065	.05456
media exposure	76	.00	1.00	.7895	.41039
agresivitas pajak	76	-.25	13.81	.5988	1.63724
profitabilitas	76	-.55	.46	.0574	.12181
Valid N (listwise)	76				

#### Hasil Uji Normalitas

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		76
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.05343404
Most Extreme Differences	Absolute	.094
	Positive	.094
	Negative	-.056
Kolmogorov-Smirnov Z		.822
Asymp. Sig. (2-tailed)		.509
a. Test distribution is Normal.		

## Hasil Uji Multikolinearitas

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.198	.014		14.300	.000		
	media exposure	.003	.015	.023	.198	.843	.981	1.019
	agresivitas pajak	.003	.004	.101	.875	.384	.995	1.005
	profitabilitas	.077	.052	.173	1.484	.142	.984	1.016

a. Dependent Variable: CSR

## Hasil Uji Heteroskedastisitas

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.041	.008		5.343	.000
	media exposure	.006	.009	.086	.729	.468
	agresivitas pajak	-.002	.002	-.104	-.886	.378
	profitabilitas	-.016	.029	-.064	-.546	.587

a. Dependent Variable: Abs\_RES

## Hasil Uji Autokorelasi

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.277 <sup>a</sup>	.077	.038	.04444	1.947

a. Predictors: (Constant), profitabilitas, agresivitas pajak, media exposure

b. Dependent Variable: CSR

## Hasil Uji Regresi Linear Berganda

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.084	.008		11.016	.000
	Media exposure	-.003	.017	-.020	-.172	.864
	Agresivitas pajak	.001	.003	.033	.291	.772
	Profitabilitas	.104	.043	.277	2.417	.018

a. Dependent Variable: CSR

## Hasil Uji Koefisien Determinan (R<sup>2</sup>)

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.277 <sup>a</sup>	.077	.038	.04444	1.947

a. Predictors: (Constant), profitabilitas, agresivitas pajak, media exposure

b. Dependent Variable: CSR

### Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

#### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.012	3	.004	1.968	.126 <sup>a</sup>
	Residual	.140	71	.002		
	Total	.152	74			

a. Predictors: (Constant), profitabilitas, agresivitas pajak, media exposure

b. Dependent Variable: CSR

### Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.084	.008		11.016	.000
	Media Exposure	-.003	.017	-.020	-.172	.864
	Agresivitas Pajak	.001	.003	.033	.291	.772
	Profitabilitas	.104	.043	.277	2.417	.018

a. Dependent Variable: CSR

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Ema Fitrotul Muna

Tempat, Tanggal Lahir : Pati, 14 Januari 1999

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat : Bulumanis Lor, Kec. Margoyoso, Kab.  
Pati, Prov. Jawa Tengah

Agama : Islam

No. HP : 082265066325

Kewarganegaraan : WNI

Email : emafitrotulmuna@gmail.com

Riwayat Pendidikan : 1. MI Tarbiyatul Athfal Bulumanis Lor Tahun Lulus 2011

2. Mts. Salafiyah Kajen Tahun Lulus 2014

3. MA Salafiyah Kajen Tahun Lulus 2017

Riwayat Organisasi : 1. Tax Center

2. JQH el-febi's

3. Orda KMPP (Keluarga Mahasiswa Pelajar Pati)

4. IKLAS (Ikatan Alumni Salafiyah Kajen)