

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar

Volume 1, 2020 | Hal. 926 - 940

PROFITABILITAS MEMODERASI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

Sara Lumbantoruan, Ayunita Ajengtiyas Saputri Mashuri, Ratna Hindria Dyah Pita Sari
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta
sara.lumbantoruan08@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui apakah profitabilitas mampu memoderasi faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan juga pengaruh agresivitas pajak, ukuran perusahaan dan likuiditas terhadap pengungkapan CSR. Penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di *Indonesia Stock Exchange* (IDX) tahun 2016 – 2018 sebagai populasi. Teknik pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dan sampel yang diperoleh sebanyak 67 perusahaan dari sektor perusahaan manufaktur. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Berganda menggunakan *software* SPSS versi 25 dan *Moderated Regression Analysis* (MRA) dengan tingkat signifikansi sebesar 5%. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) agresivitas pajak menggunakan proksi *book tax difference* (BTD) berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR, (2) ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, (3) likuiditas menggunakan proksi *current ratio* (CR) berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR, (4) profitabilitas tidak mampu memperkuat atau memperlemah hubungan antara agresivitas pajak terhadap pengungkapan CSR, (5) profitabilitas tidak mampu memperkuat atau memperlemah hubungan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR, (6) profitabilitas tidak mampu memperkuat atau memperlemah hubungan likuiditas terhadap pengungkapan CSR.

Kata Kunci: Agresivitas Pajak, Ukuran Perusahaan, Likuiditas Profitabilitas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Abstract

This research is a quantitative study that aims to determine whether profitability is able to moderate the factors that influence the disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) and also the effect of tax aggressiveness, company size and liquidity on CSR disclosures. This study uses manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2016 - 2018 as a population. The sampel selection technique uses a purposive sampling method and samples obtained by 67 companies from the manufacturing sector. Testing the hypothesis in this study using Multiple Regression Analysis using SPSS software version 25 and Moderated Regression Analysis (MRA) with a significance level of 5%. The results of this study indicate that: (1) tax aggressiveness using the book tax difference (BTD) proxy has a negative effect on CSR disclosure, (2) company size has a positive effect on CSR disclosure, (3) liquidity using the current ratio (CR) proxy has a negative effect on CSR disclosure, (4) profitability is not able to strengthen or weaken the relationship between tax aggressiveness on CSR disclosure, (5) profitability is not able to strengthen or weaken the relationship of company size to CSR disclosure, (6) profitability is not able to strengthen or weaken the relationship of liquidity to CSR disclosure .

Keywords: Tax Aggressiveness, Company Size, Liquidity, Profitability and Corporate Social Responsibility Disclosures.

PENDAHULUAN

Kegiatan usaha yang dilaksanakan oleh perusahaan tidak terlepas dari dampak atau permasalahan yang ditimbulkan yakni permasalahan pada lingkungan seperti limbah, polusi dan pencemaran lingkungan. Dampak atau permasalahan yang ditimbulkan tersebut yang kemudian harus diantisipasi oleh perusahaan. Upaya antisipasi yang dilakukan oleh perusahaan dikenal dengan tanggung jawab perusahaan atau yang lebih dikenal dengan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR).

Dalam mempertahankan keberlanjutan hidupnya, perusahaan harus menjaga hubungan baik dengan *stakeholder*. Perusahaan harus memperhatikan masalah-masalah sosial dan lingkungan sehingga perusahaan bisa memberikan nilai tambah pada *stakeholdernya* (Fajariati & Hidayati, 2018). Dampak pada lingkungan juga yang kemudian mempengaruhi kesadaran masyarakat akan peran perusahaan dalam lingkungan sosial akan semakin meningkat. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan telah melaksanakan aktivitas sosialnya untuk memastikan bahwa hak-hak mereka telah dipenuhi oleh perusahaan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk melaksanakan CSR.

Perusahaan adalah wajib pajak badan yang memberikan kontribusi cukup besar dalam pendapatan negara dari sektor pajak. Semakin besar pajak yang dibayarkan oleh perusahaan maka semakin besar pula penerimaan negara dari sektor pajak. Namun, bagi perusahaan beban pajak yang harus dibayarkannya kepada pemerintah akan mengurangi profit yang dimiliki oleh perusahaan. Hal tersebut yang kemudian mendorong perusahaan untuk melakukan tindakan agresivitas pajak untuk meminimalkan beban pajak yang harus dibayarkannya kepada negara.

Riset *Centre for Governance, Institutions, and Organizations* (CGIO) *National University of Singapore (NUS) Business School* menyatakan perusahaan di Indonesia memiliki kualitas tanggung jawab sosial atau CSR yang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan asal Thailand yakni sebesar 48,4 dari total 100 sementara thailand sebesar 56,8 dari total 100. Pada tahun 2019, Kepala Dinas Lingkungan Hidup DKI Jakarta, Andono Warih, menyatakan bahwa ada sekitar 114 pabrik atau perusahaan yang teridentifikasi tidak memperhatikan dampak negatif kegiatan operasionalnya terhadap lingkungan yakni dimana 114 pabrik/perusahaan tersebut memiliki cerobong buangan gas sisa produksi, hal tersebut menimbulkan dampak pada lingkungan yakni polusi udara di Jakarta. 114 pabrik/perusahaan tersebut merupakan pabrik atau perusahaan manufaktur.

Tindakan perusahaan dalam mengabaikan kegiatan CSR dan tindakan perusahaan dalam melakukan aktivitas agresivitas pajak merupakan tindakan yang merugikan pemerintah dan juga masyarakat. perusahaan yang mengabaikan kegiatan CSR menyebabkan membuat masyarakat tidak dapat memperoleh hak-hak yang seharusnya diterima mereka. Perusahaan yang melakukan aktivitas agresivitas pajak menyebabkan penurunan pada pendapatan pemerintah, dimana pendapatan pemerintah dari sektor pajak akan digunakan oleh pemerintah untuk mensejahterakan masyarakat menjadi tidak maksimal.

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas, penulis memutuskan untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor pengungkapan CSR menggunakan variabel agresivitas pajak, ukuran perusahaan dan likuiditas serta menambahkan variabel moderasi yakni profitabilitas.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Agensi

Jensen & Meckling (1976) menyatakan bahwa adanya kemungkinan manajemen bertindak oportunistik atau mengutamakan kepentingan dirinya sendiri dan mengabaikan kepentingan para *stakeholder*. Manajer (agen) memiliki lebih banyak informasi mengenai keadaan perusahaan secara keseluruhan. Hal ini yang kemudian menimbulkan terjadinya

asimetri informasi yang kemudian mendorong manajemen untuk tidak memberitahukan seluruh informasi yang diketahuinya kepada *stakeholder* (prinsipal) untuk dapat bertindak oportunistik untuk menguntungkan dirinya sendiri.

Informasi yang disajikan dalam *annual report* (laporan tahunan) perusahaan terutama pada bagian pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dijadikan oleh pemegang saham atau *stakeholders* lainnya untuk fungsi kontrol atas seluruh kegiatan yang dilakukan oleh manajer. Banyaknya pengungkapan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan maka konflik antara agen dan prinsipal pun dapat berkurang, karena dengan pengungkapan CSR perusahaan maka prinsipal akan lebih mengetahui aktivitas apa saja yang dilakukan oleh pihak manajemen dan juga aktivitas manajemen dapat dipantau sehingga tidak akan ada lagi ketidakseimbangan informasi antara kedua belah pihak ini.

Teori Legitimasi

Perusahaan yang dalam setiap tindakan atau kegiatan operasionalnya tidak sesuai dengan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat dianggap sebagai perusahaan yang dinilai tidak sah di lingkungan masyarakat. Upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk tetap sah di hadapan masyarakat adalah dengan mengungkapkan informasi terkait kegiatan sosial dan lingkungan yang diungkapkan dalam *annual report* sehingga perusahaan dapat memperoleh legitimasi dari masyarakat..

Teori legitimasi juga memfokuskan perusahaan terhadap interaksinya dengan masyarakat, sehingga sebuah entitas mampu untuk menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan norma-norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat dimana entitas adalah bagian dari sistem tersebut (Mudjiyanti & Maulani, 2017). Pengungkapan CSR menjelaskan seberapa besar tanggung jawab entitas terhadap lingkungan, sehingga entitas tersebut dapat diterima oleh masyarakat.

Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap Pengungkapan CSR

Menurut Mashuri & Ermaya (2020) perusahaan yang melakukan tindakan meminimalkan beban pajaknya dengan sangat agresif, perusahaan tersebut cenderung lebih banyak dalam mengungkapkan kegiatan CSR-nya dalam *annual report* untuk memperoleh simpati dari masyarakat. Perusahaan yang tingkat agresivitas pajaknya mendekati "0" maka perusahaan dikatakan agresif terhadap pajak, sedangkan perusahaan yang agresivitas pajaknya semakin jauh dari "0" maka dikatakan perusahaan tersebut tidak agresif terhadap pajak.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Plorensia & Hardiningsih (2015) dan Mashuri (2019) bahwa agresivitas pajak berpengaruh signifikan dan positif terhadap CSR. Hasil tersebut sama dengan hasil yang dilakukan oleh Wijaya & Hadiprajitno (2017) dan Wardhani & Muid (2017). Semakin tinggi tingkat agresivitas pajak perusahaan, maka semakin tinggi pula pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan.

H1: Agresivitas Pajak berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR

Teori legitimasi dapat dikaitkan dengan hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR. Perusahaan yang berukuran besar memiliki kegiatan operasional yang lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran kecil, sehingga dampak negatif dan positif yang ditimbulkan bagi masyarakat dan lingkungan juga lebih besar Nisak & Jaeni (2019).

Beberapa penelitian meneliti hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR, hasilnya menjelaskan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Semakin besar total aset maka menunjukkan perusahaan memiliki ukuran yang besar, dan hal tersebut menandakan semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin tinggi pengungkapan CSR yang akan diungkapkan oleh perusahaan (Silitonga & Simanjuntak, 2019 dan Kastamutuwardhani & Khairunnisa, 2019)

H2: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR

Pengaruh Likuiditas terhadap Pengungkapan CSR

Berdasarkan teori legitimasi bahwa perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas yang tinggi akan lebih banyak melakukan kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan dan masyarakat. Penerimaan yang baik dari masyarakat terhadap perusahaan merupakan suatu jalan supaya perusahaan dapat mencapai tujuannya (Nisak & Jaeni, 2019).

Berdasarkan dari penelitian sebelumnya Kurniawan, Astuti & Harimurti (2018) dan

Sekarwigati & Effendi (2019) memberikan hasil bahwa likuiditas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Tingkat likuiditas yang tinggi membuat alokasi dana pada kegiatan CSR juga akan lebih tinggi daripada perusahaan dengan tingkat likuiditas rendah, sehingga tingkat pengungkapan CSR juga akan meningkat.

H3: Likuiditas berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR

Pengaruh Profitabilitas dalam Memoderasi Agresivitas Pajak

Tingkat rasio profitabilitas yang dimiliki oleh perusahaan menggambarkan bagaimana hasil kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Jumlah laba yang besar akan berdampak pada besarnya beban pajak yang harus dibayarkan perusahaan. Hal ini yang kemudian mendorong perusahaan untuk melakukan tindakan penghindaran pajak dengan agresif, yaitu dengan memanfaatkan setiap celah peraturan yang ada untuk mengurangi beban pajak yang harus dibayarkan (Mashuri, 2019). Semakin agresif perusahaan dalam memanfaatkan celah untuk mengurangi beban pajaknya maka perusahaan cenderung akan mengungkapkan lebih banyak informasi sosial (Jananti & Setiawan, 2018).

H4: Profitabilitas Memoderasi Hubungan antara Agresivitas Pajak terhadap Pengungkapan CSR

Pengaruh Profitabilitas dalam Memoderasi Ukuran Perusahaan

Perusahaan yang berukuran besar memiliki tingkat keluasan informasi dalam kebijakan pengungkapan. Perusahaan yang berukuran besar memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi. Profitabilitas yang tinggi yang dimiliki oleh perusahaan membuat perusahaan lebih banyak dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya karena perusahaan tersebut memiliki kecukupan dana untuk melakukan pengungkapan tersebut dan untuk menarik perhatian investor untuk berinvestasi (Arif & Wawo, 2016).

H5: Profitabilitas Memoderasi Hubungan antara Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR

Pengaruh Profitabilitas dalam Memoderasi Likuiditas

Tingkat rasio likuiditas yang tinggi menggambarkan bahwa perusahaan memiliki aktiva lancar lebih besar daripada utang lancar. Arif & Wawo (2016) menyatakan bahwa perusahaan yang mampu memenuhi setiap utang jangka pendek yang jatuh tempo maka perusahaan tersebut dikatakan perusahaan tersebut dalam kondisi yang likuid. Perusahaan dengan tingkat rasio likuiditas tinggi memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi pula, profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk membiayai kegiatan dan pengungkapan sosialnya.

H6: Profitabilitas Memoderasi Hubungan antara Likuiditas terhadap Pengungkapan CSR

METODOLOGI PENELITIAN

Variabel Penelitian

Pada penelitian ini pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diukur dengan menggunakan Indikator Global Reporting Initiative (GRI) versi 4.0 dengan jumlah indikator 91 item pengungkapan yang terdiri dari kategori kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial (Jananti & Setiawan, 2018 dan Saputra, Nadirsyah, Iranda, & Hamdani, 2019)

$$CSRI_j = (\sum X_{i,j} / n_j) \times 100\%$$

Keterangan:

- CSRI_j = Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan
- $\sum X_{i,j}$ = Dummy Variabel (1 = jika item I diungkapkan, 0= jika item I tidak diungkapkan)
- n_j = Jumlah item untuk perusahaan j, n_j ≤ 91
- j = Item yang diharapkan diungkapkan

Pada penelitian ini agresivitas pajak diukur dengan menggunakan *BTD (Book Tax*

Difference) karena dibandingkan dengan proksi ETR, BTD dapat memberikan informasi lebih mengenai penghindaran pajak karena BTD memperhitungkan perbedaan antara laba menurut akuntansi dan laba menurut pajak. BTD menggambarkan selisih antara laba akuntansi dengan laba fiskal perusahaan (Nusantari, Nuzula & Daron, 2015) yaitu:

$$BTD = (EBIT - \text{Laba Fiskal}) / \text{Total Aset}$$

Keterangan:

EBIT = *Earning before interest and tax*

Tarif pajak = 25%

Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan logaritma natural total aset yang sebelumnya pernah digunakan pada penelitian yang dilakukan oleh Abidin & Lestari (2019); Kastamutuwardhani & Khairunnisa (2019); Nisak & Jaeni (2019); dan Suprasto & Haryanti (2019) yaitu:

$$SIZE = \ln \text{Total Aset}$$

Keterangan:

Size = Ukuran Perusahaan_i

Log Total Aset = Logaritma natural dari total aset

Dalam penelitian ini likuiditas diukur dengan *current ratio* (rasio lancar) (Mudjiyanti & Maulani, 2017 dan Sofwan, 2019) yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$CR = \text{Current Asset} / \text{Current Liabilities}$$

Dalam penelitian ini variabel moderasi yakni profitabilitas diukur menggunakan NPM (*net profit margin*). NPM adalah ukuran profitabilitas (keuntungan) yang membandingkan antara laba sesudah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan (Kasmir 2008 : 200).

$$NPM = \text{Laba Bersih Setelah Pajak} / \text{Penjualan}$$

Penentuan Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang industri manufaktur yang terdaftar pada *Indonesia Stock Exchange* (IDX) pada tahun 2016 - 2018. Pada penelitian ini pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling*. Pemilihan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Metode ini menetapkan sampel dengan cara menentukan target dari elemen populasi yang dianggap paling *representative* dari populasi secara keseluruhan.

Adapun kriteria yang digunakan untuk sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar pada *Indonesia Stock Exchange* (IDX) selama periode 2016 – 2018.
2. Perusahaan manufaktur yang mengalami keuntungan berturut-turut dari tahun 2016 – 2018.
3. Perusahaan manufaktur yang memiliki data lengkap yang dibutuhkan oleh penelitian terkait dengan variabel-variabel yang digunakan meliputi laporan keuangan yang telah diaudit dan berakhir pada 31 desember, data pajak perusahaan serta laporan tahunan (*annual report*) dan laporan berkelanjutan (*sustainability reporting*) berturut-turut selama tahun 2016 – 2018. *Sustainability report* tersebut disusun mengacu pada GRI 4 setidaknya satu kali dalam rentang tahun 2016 – 2018. Data tersebut dapat diunduh

pada laman *Indonesia Stock Exchange* (www.idx.co.id). Jika tidak terdapat di IDX, data dapat diperoleh dari situs resmi perusahaan.

Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Analisis linear berganda bertujuan untuk menguji pengaruh dari agresivitas pajak, ukuran perusahaan dan likuiditas terhadap pengungkapan CSR. Sementara untuk mengetahui kemampuan variabel moderasi yakni profitabilitas dalam hubungan agresivitas pajak, ukuran perusahaan dan likuiditas terhadap pengungkapan CSR menggunakan uji interaksi yaitu *Moderated Regression Analysis* (MRA).

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan setelah melewati uji asumsi klasik untuk memastikan tidak terdapat masalah pada model tersebut. Model persamaan dinyatakan sebagai berikut:

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

Keterangan:

- Y = Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)
- α = Konstanta
- X_1 = Agresivitas Pajak (BTD)
- X_2 = Ukuran Perusahaan (*SIZE*)
- X_{3i} = Likuiditas (CR)
- $\beta_1 - \beta_3$ = Koefisien Regresi dari setiap variabel independen
- e = *Error Term*

Moderated Regression Analysis (MRA)

Variabel moderasi dalam penelitian ini merupakan *pure moderator*, dimana pengujian terhadap *pure moderator* dilakukan dengan membuat interaksi, tetapi variabel moderator tidak berfungsi sebagai variabel independen. Berikut persamaan bentuk pada *Moderated Regression Analysis* (MRA) pada penelitian ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_1 * Z + \beta_5 X_2 * Z + \beta_6 X_3 * Z + e$$

Keterangan:

- Y = Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)
- α = Konstanta
- $\beta_1 - \beta_6$ = Koefisien Regresi
- X_1 = Agresivitas Pajak
- X_2 = Ukuran Perusahaan
- X_3 = Likuiditas
- Z = Profitabilitas
- $X_1 * Z$ = Interaksi antara Agresivitas Pajak dengan Profitabilitas
- $X_2 * Z$ = Interaksi antara Ukuran Perusahaan dengan Profitabilitas
- $X_3 * Z$ = Interaksi antara Likuiditas dengan Profitabilitas
- e = *Error term*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Dikarenakan data memiliki masalah pada asumsi klasik yaitu uji normalitas dan autokorelasi, maka dilakukan perbaikan pada data sampel dengan membuang *outlier* untuk mengatasi data yang tidak normal dan *chorchrane orcutt* untuk mengatasi masalah pada autokorelasi. Sehingga statistik deskriptif dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Pengujian Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengungkapan Csr	123	,03	,23	,0888	,04392
Agresivitas Pajak	123	-,05	,40	,0166	,06463
Ukuran Perusahaan	123	25,80	32,20	28,6496	1,25144
Likuiditas	123	,87	6,46	2,0505	1,14616
Z	123	,00	,17	,0524	,03388
X1_Z	123	,00	,03	,0012	,00451
X2_Z	123	,06	5,45	1,5106	,99726
X3_Z	123	,00	,48	,1189	,11070
Valid N (listwise)	123				

Sumber: Data sekunder yang telah diolah (2020)

Nilai terendah dari pengungkapan CSR sebesar 0,03 kemudian untuk nilai tertinggi diperoleh nilai sebesar 0,23 serta nilai rata-rata sebesar 0,0888. Nilai terendah sebesar 0,03 menggambarkan bahwa perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR hanya sebanyak 3 pengungkapan dari 91 item indikator yang terdapat pada GRI G4. Dari 41 perusahaan manufaktur yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini yang mengungkapkan kegiatan CSR-nya dalam laporan tahunan (*annual report*) paling sedikit yakni 3 pengungkapan yang diungkapkan oleh salah satu perusahaan dari beberapa perusahaan yang mengungkapkan 3 pengungkapan yaitu PT Pelangi Indah Canindo Tbk dengan kode saham PICO (tahun 2016, 2017 dan 2018). Pengungkapan CSR yang paling banyak dalam penelitian ini yakni sebanyak 23 pengungkapan diungkapkan oleh PT Wijaya Karya Beton Tbk dengan kode saham WTON (Tahun 2017). Nilai rata – rata pengungkapan CSR sebesar 0,0888 menunjukkan bahwa rata – rata perusahaan manufaktur hanya mengungkapkan 8 itu artinya masih banyak perusahaan manufaktur yang belum melakukan pengungkapan CSR. Nilai tertinggi untuk agresivitas pajak sebesar 0,40 dimiliki oleh PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk dengan kode saham CPIN (Tahun 2018) yang mengartikan bahwa perusahaan tersebut tidak melakukan tindakan penghindaran pajak dengan sangat agresif atau nilai tersebut menunjukkan semakin kecil penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Nilai terendah agresivitas pajak sebesar -0,05 dimiliki oleh PT Trisula Internasional Tbk dengan kode saham TRIS (Tahun 2017) yang artinya bahwa perusahaan tersebut melakukan tindakan penghindaran pajak dengan sangat agresif atau nilai tersebut menunjukkan semakin tingginya tindakan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Nilai rata-rata agresivitas pajak pada sampel dalam penelitian ini adalah sebesar 0,0166 atau 0,02 yang artinya bahwa perusahaan manufaktur yang terdapat dalam penelitian ini masih banyak yang melakukan penghindaran pajak dengan sangat agresif. Nilai ukuran perusahaan diperoleh dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin besar perolehan total aset maka ukuran perusahaan tersebut juga menjadi besar, demikian sebaliknya jika perolehan aset suatu perusahaan rendah maka ukuran perusahaan tersebut menjadi kecil. Nilai ukuran perusahaan yang tertinggi sebesar 32,20 yang dimiliki oleh PT Indofood Sukses Makmur Tbk dengan kode saham INDF (Tahun 2018). Nilai terendah sebesar 25,80 dimiliki oleh PT Lionmesh Prima Tbk dengan kode saham LMSH (Tahun 2018) serta nilai rata-rata sebesar 28,65. Nilai tertinggi untuk rasio likuiditas sebesar 6,46 dimiliki oleh PT Pan Brothers Tbk dengan kode saham PBRX (Tahun 2018) dan nilai terendah untuk rasio likuiditas sebesar 0,87 dimiliki oleh PT Malindo Feedmill Tbk dengan kode saham MAIN (Tahun 2017). Nilai rata-rata sebesar 2,05. PT Pan Brothers Tbk memiliki rasio likuiditas yang tinggi karena jumlah aset lancar yang dimiliki oleh perusahaan tersebut lebih besar

dari jumlah utang lancar yang dimilikinya. Rasio likuiditas PT Malindo Feedmill Tbk rendah karena jumlah aset lancar yang dimiliki mendekati dengan jumlah nominal utang lancar yang dimilikinya. Variabel moderasi dalam penelitian ini yakni profitabilitas. Profitabilitas dalam penelitian ini diukur dengan *Net Profit Margin* (NPM). Nilai tertinggi yang terdapat pada tabel 5 diatas untuk profitabilitas sebesar 0,17, nilai terendah sebesar 0,00 serta nilai rata – rata sebesar 0,0524 atau 0,05. Nilai tertinggi untuk profitabilitas sebesar 0,17 yang dimiliki oleh PT Semen Indonesia (Persero) Tbk dengan kode saham SMGR (Tahun 2016) dan nilai terendah sebesar 0,00 dimiliki oleh PT Steel Pipe Industry of Indonesia Tbk dengan kode saham ISSP (Tahun 2017). Nilai rasio profitabilitas PT Semen Indonesia (Persero) Tbk tinggi karena laba bersih setelah pajak perusahaan tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan penjualan sementara rasio profitabilitas PT Steel Pipe Industry of Indonesia Tbk dan PT Indorama Synthetic Tbk rendah karena jumlah laba bersih setelah pajak yang dimiliki perusahaan – perusahaan tersebut mendekati jumlah nominal penjualan.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas - *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		122
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,03171361
Most Extreme Differences	Absolute	,062
	Positive	,062
	Negative	-,046
Test Statistic		,062
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber:

Data sekunder yang telah diolah (2020)

Berdasarkan tabel diatas diperoleh hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* untuk variabel independen berupa agresivitas pajak, ukuran perusahaan dan likuiditas terhadap variabel dependen pengungkapan CSR diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data sampel telah berdistribusi dengan normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Agresivitas Pajak	,873	1,145
Ukuran Perusahaan	,879	1,138
Likuiditas	,986	1,014

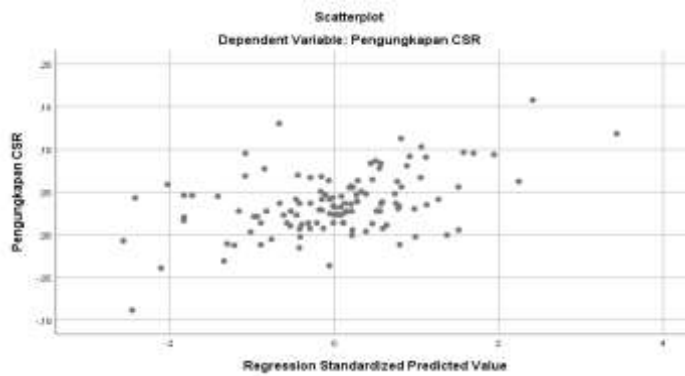
a. Dependent Variable: Pengungkapan CSR

Sumber: Data sekunder yang telah diolah (2020)

Berdasarkan tabel hasil uji multikolinearitas diatas, dapat diketahui nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *Tolerance* $\geq 0,10$ atau sama dengan nilai *VIF* ≤ 10 (Ghozali, 2016). Pada tabel diatas diketahui nilai *tolerance* keseluruhan variabel lebih besar dari 0,10 dan *VIF* lebih kecil dari 10,00 sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak mengalami multikolinearitas.

3. Uji Heterokedastisitas

Gambar 1. Grafik *Scatterplot*



Sumber: Data sekunder yang telah diolah (2020)

Berdasarkan gambar diatas, dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar dengan tidak membentuk suatu pola tertentu yang tersebar diantara angka 0 pada sumbu Y sehingga dapat membuktikan bahwa data sampel tidak mengalami masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

4. Uji Autokorelasi

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-,00271
Cases < Test Value	61
Cases \geq Test Value	61
Total Cases	122
Number of Runs	54
Z	-1,283
Asymp. Sig. (2-tailed)	,199

Sumber: Data diolah (2020)

sekunder yang telah

a. Median

Untuk menguji ada atau tidaknya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode tertentu dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya Penelitian ini menggunakan uji *Run Test* untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi. Berdasarkan uji *Run Test* diatas, diketahui nilai *asymp.sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,199 $>$ 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data bebas dari gejala autokorelasi.

Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,472 ^a	,223	,203	,03212

a. Predictors: (Constant), Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Agresivitas Pajak

b. Dependent Variable: Pengungkapan CSR

Sumber: Data sekunder yang telah diolah (2020)

Berdasarkan tabel diatas hasil uji koefisien determinasi, nilai R² menunjukkan besar pengaruhnya variabel independen agresivitas pajak, ukuran perusahaan dan likuiditas sebesar 0,203 atau 20,3% sedangkan sisanya sebesar 79,7% variabel dependen pengungkapan CSR dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak digunakan dalam model regresi penelitian ini seperti *media exposure*, dewan komisaris dan *Corporate Governance*.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinan (R²) (MRA)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,517 ^a	,267	,228	,03161

a. Predictors: (Constant), X3*Z, Ukuran Perusahaan, Agresivitas Pajak, Likuiditas, X2*Z, X1*Z
 b. Dependent Variable: Pengungkapan CSR

Sumber : Data Sekunder yang telah diolah (2020)

Berdasarkan tabel diatas hasil uji koefisien determinasi, nilai R² menunjukkan besar pengaruhnya variabel independen agresivitas pajak, ukuran perusahaan dan likuiditas serta interaksi agresivitas pajak*profitabilitas, ukuran perusahaan*profitabilitas dan likuiditas*profitabilitas sebesar 0,228 atau 22,8% sedangkan sisanya sebesar 77,2% variabel dependen pengungkapan CSR dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak digunakan dalam model regresi penelitian ini seperti *media exposure*, dewan komisaris dan *Corporate Governance*.

2. Uji Regresi Secara Parsial (Uji t)

Tabel 7. Hasil Uji Regrsi Secara Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.	
		B	Std. Error	Beta		t
1	(Constant)	-,159	,040		-3,953	,000
	Agresivitas Pajak	-,132	,057	-,203	-2,319	,022
	Ukuran Perusahaan	,017	,003	,442	5,060	,000
	Likuiditas	-,007	,003	-,185	-2,246	,027

a. Dependent Variable: Pengungkapan CSR

Sumber: Data sekunder yang telah diolah (2020)

Berdasarkan dari tabel tersebut maka model persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini adalah:

$$CSR\ D = - 0,159 - 0,132BTD + 0,017SIZE - 0,007CR + e$$

Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Hasil pengujian secara parsial diatas, Nilai t_{hitung} pada agresivitas pajak adalah t_{hitung} 2,319 > 1,980 t_{tabel} kearah negatif serta memiliki nilai koefisien beta sebesar 0,132 kearah negatif dan memiliki nilai sig. 0,022 < 0,05, maka hasil signifikan namun negatif sehingga Ha ditolak, yang menyatakan bahwa agresivitas pajak memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap pengungkapan CSR. Sehingga, hipotesis ditolak.

Hasil pengujian yang menunjukkan hasil negatif artinya bahwa ketika tingkat agresivitas pajak yang dilakukan oleh suatu perusahaan rendah hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan akan mengungkapkan lebih banyak informasi mengenai kegiatan CSR-nya untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat serta melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi (Octaviana & Rohman, 2014). Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Plorensia & Hardiningsih, 2015) dan (Mashuri & Ermaya, 2020).

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Aktivitas Pengungkapan CSR

Hasil pengujian secara parsial diatas, Nilai t_{hitung} pada ukuran perusahaan adalah $t_{hitung} 5,060 > 1,980 t_{tabel}$ kearah positif serta memiliki nilai koefisien beta sebesar 0,017 kearah positif dan memiliki nilai sig. $0,000 < 0,05$, maka hasil signifikan dan positif sehingga H_0 diterima, yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan CSR. Sehingga, hipotesis diterima.

Perusahaan yang berukuran besar memiliki rangkaian aktivitas yang lebih banyak dan kompleks, maka pelaksanaan kegiatan sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut banyak, hal tersebut dilakukan guna mengantisipasi dampak atau resiko yang ditimbulkan dari aktivitas operasional perusahaan tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Silitonga & Simanjuntak (2019) dan Kastamutuwardhani & Khairunnisa (2019).

Pengaruh Likuiditas terhadap Pengungkapan CSR

Hasil pengujian secara parsial diatas, Nilai t_{hitung} pada likuiditas adalah $t_{hitung} 2,246 > 1,980 t_{tabel}$ kearah negatif serta memiliki nilai koefisien beta sebesar 0,007 kearah negatif dan memiliki nilai sig. $0,027 < 0,05$, maka hasil signifikan namun negatif sehingga H_0 ditolak, yang menyatakan bahwa likuiditas memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap pengungkapan CSR. Sehingga, hipotesis ditolak.

Pengaruh likuiditas yang negatif menunjukkan bahwa pada kenyataannya pengungkapan informasi mengenai kegiatan lingkungan dan masyarakat yang diungkapkan oleh perusahaan tidak dikarenakan perusahaan tersebut memiliki kondisi finansial yang baik namun perusahaan tersebut cenderung memiliki pandangan bahwa pengungkapan informasi terkait kegiatan lingkungan dan masyarakat tidak akan berpengaruh kepada investornya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Kurniawan, Astuti & Harimurti (2018) dan Sekarwigati & Effendi (2019).

3. Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA)

Tabel 8. Hasil Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	Model	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,153	,041		-3,730	,000
	Agresivitas Pajak	-,360	,142	-,556	-2,543	,012
	Ukuran Perusahaan	,016	,004	,422	4,603	,000
	Likuiditas	-,004	,005	-,099	-,677	,500
	X1*Z	3,310	1,834	,398	1,805	,074
	X2*Z	,008	,007	,203	1,087	,279
	X3*Z	-,094	,084	-,267	-1,124	,263

a. Dependent Variable: Pengungkapan CSR

Sumber: Data sekunder yang telah diolah (2020)

Berdasarkan dari tabel tersebut maka model persamaan MRA pada penelitian ini adalah:

$$CSR_D = -0,153 - 0,360BTD + 0,016SIZE - 0,004CR + 3,310BTD*PRO + 0,008SIZE*PRO - 0,094CR*PRO + e$$

Pengaruh Profitabilitas dalam Memoderasi Hubungan antara Agresivitas Pajak terhadap Pengungkapan CSR

Hasil pengujian MRA diatas, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3.310. Nilai tersebut lebih kecil dibandingkan dengan nilai t_{tabel} dan memiliki nilai sig. $0,074 > 0,05$, maka diperoleh hasil variabel profitabilitas tidak mampu memperkuat atau memperlemah hubungan antara agresivitas pajak terhadap pengungkapan CSR sehingga Hipotesis ditolak.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi maupun tingkat profitabilitas rendah tidak dapat

memoderasi pengaruh agresivitas pajak terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Jananti & Setiawan (2018); Mashuri (2019) dan Mashuri & Ermaya (2020).

Pengaruh Profitabilitas dalam Memoderasi Hubungan antara Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR

Hasil pengujian MRA, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,087. Nilai tersebut lebih kecil dibandingkan dengan nilai t_{tabel} dan memiliki nilai sig. $0,279 > 0,05$, maka diperoleh hasil variabel profitabilitas tidak mampu memperkuat atau memperlemah hubungan antara ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR, sehingga Hipotesis ditolak.

Ketika ukuran perusahaan bertambah besar setiap tahunnya dan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi tidak membuat perusahaan melakukan pengungkapan CSR yang banyak, karena ketika perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi berarti bahwa penilaian kinerja manajemen perusahaan tersebut baik. Ketika kinerja manajemen perusahaan baik maka dewan komisaris akan menerima bonus. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada dewan komisaris akan menambah jumlah beban yang harus dibayarkan oleh perusahaan. Sehingga, dana perusahaan untuk kegiatan CSR akan berkurang. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Arif & Wawo (2016).

Pengaruh Profitabilitas dalam Memoderasi Hubungan antara Likuiditas terhadap Pengungkapan CSR

Hasil pengujian MRA, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,124. Nilai tersebut lebih kecil dibandingkan dengan nilai t_{tabel} dan memiliki nilai sig. $0,283 > 0,05$, maka diperoleh hasil variabel profitabilitas tidak mampu memperkuat atau memperlemah hubungan antara likuiditas terhadap pengungkapan CSR, sehingga Hipotesis ditolak.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi maupun tingkat profitabilitas rendah tidak dapat memoderasi pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Arif & Wawo (2016).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Agresivitas pajak memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap pengungkapan CSR.
2. Ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pengungkapan CSR.
3. Likuiditas memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap pengungkapan CSR.
4. Profitabilitas tidak memperkuat atau memperlemah hubungan antara agresivitas pajak terhadap pengungkapan CSR.
5. Profitabilitas tidak memperkuat atau memperlemah hubungan antara ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR.
6. Profitabilitas tidak memperkuat atau memperlemah hubungan antara likuiditas terhadap pengungkapan CSR.

Keterbatasan dari penelitian ini adalah penelitian ini hanya menggunakan satu proksi dalam mengukur agresivitas pajak yaitu dengan menggunakan proksi *book tax difference*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, J., & Lestari, S. A. (2019). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, dan Ukuran Komite Audit terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 4(1), 48–57. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p12>.
- Amirullah 2015. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Anawati, R., & Widiastara, A. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan CSR*. 2(3), 577–592.
- Andoea, A. N. R., & Yuliandhari, W. S. (2019). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Arus Kas Operasi Terhadap Corporate Social Responsibility*. Journal of Chemical Information and Modeling, 6(2), 3660. <https://doi.org/10.1017>.
- Arif, F. A., & Wawo, A. (2016). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi*. Assets, 6(2), 177–195.
- Arita, E., & Mukhtar, R. (2019). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Likuiditas Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2014 - 2018*. Lppm Umsb, XIII(10), 13–21.
- Ayem, S., & Setyadi, A. (2019). *Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Komite Audit Dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak*. Jurnal Akuntansi Pajak Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, 1(2), 228–241. <https://doi.org/10.24964/japd.v1i1.905>.
- Budiman, N. A. (2015). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. 1(1). <https://doi.org/10.26486/jramb.v1i1.9>.
- Dewi, I. S., & Dita, N. K. (2018). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. 1(3), 56–76.
- Dinhi, Z. D., Habbe, A. H., & Rura, Y. (2018). *The effect of tax aggressiveness, violation regulation of FSA, and foreign ownership on CSR disclosure*. 75(ICMEMM 2018), 204–207. <https://doi.org/10.2991/icmemm-18.2019.23>.
- Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). *Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior*. Sociological Perspectives, 18(1), 122–136. <https://doi.org/10.2307/1388226>.
- Erawati, T., Ayem, S., & Ayundiyati, P. (2018). *Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016*. 1–21.
- Fajariati, M. B., & Hidayati, K. (2018). *Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan Non-keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2013-2016)*. 4(2), 210–225.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Global Reporting Initiative. (2016). *Pedoman Pelaporan Keberlanjutan G4: prinsip-prinsip pelaporan dan pengungkapan standar*. Global Reporting Initiative. Retrieved from www.globalreporting.org.
- Harahap, S. S. (2011). *Teori Akuntansi Edisi Revisi 2011*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hardianti, D. C., & Anwar. (2020). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility*. Akuntansi & Ekonomi FE UN PGRI Kediri, 5(1), 107–114. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i03.p12>.
- Himawan, A. (2017). *Fitra: Setiap Tahun, Penghindaran Pajak Capai Rp110 Triliun*. Diakses pada tanggal 17 Maret 2020, pada laman <https://www.suara.com/bisnis/2017/11/30/190456/fitra-setiap-tahun-penghindaran-pajak-capai-rp110-triliun>.
- Issetiabudi, D. E. (2015). *Industri Manufaktur Bandel, Pengendalian Pencemaran Air Jadi Merosot*. Diakses pada tanggal 17 Maret 2020, pada laman <https://ekonomi.bisnis.com/read/20151211/257/500855/industri-manufaktur-bandel-pengendalian-pencemaran-air-jadi-merosot>.

- Jananti, N. W. R., & Setiawan, E. (2018). *Pengaruh Agresivitas Pajak Pada Corporate Social Responsibility dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi*. E-Jurnal Akuntansi, (December), 170. <https://doi.org/10.24843/eja.2018.v24.i01.p07>.
- Julianto, P. A. (2018). *Kemenperin: Industri Manufaktur Penyumbang Pajak Terbesar*. Diakses pada tanggal 18 Maret 2020, pada laman <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/01/09/211727326/kemenperin-industri-manufaktur-penyumbang-pajak-terbesar?page=all>.
- Kasmir. 2008. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kastamutuwardhani, D., & Khairunnisa. (2019). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR (Studi Kasus pada Perusahaan yang Terdaftar pada Indeks SRI-Kehati tahun 2013-2017)*. Jurnal Akuntansi, Audit, Dan SIA, 3(2), 269–286. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Kemenperin.go.id. (2017). *Kinerja Industri Manufaktur Kian Moncer*. Diakses pada tanggal 18 Maret 2020, pada laman <https://kemenperin.go.id/artikel/18113/Kinerja-Industri-Manufaktur-Kian-Moncer>.
- Kurniawan, A., Astuti, D. S. P., & Harimurti, F. (2018). *Pengaruh Leverage, dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility dengan Kepemilikan Institusional Sebagai Variabel Moderasi*. 14(1), 40–49.
- Lanis, R., & Richardson, G. (2013). Corporate social responsibility and tax aggressiveness: A test of legitimacy theory. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 26(1), 75–100. <https://doi.org/10.1108>
- Mashuri, A. A. S., & Ermaya, H. N. L. (2020). *The Effect of Tax Aggressiveness and Media Exposure on Corporate Social Responsibility Disclosure with Profitability as Moderated Variables Social and Environmental Responsibility must be owned by the company in generating profits*. 124(47), 16–28.
- Mashuri, A. A. S. (2019). *Moderasi Profitabilitas pada Pengaruh Agresivitas Pajak dan Leverage Terhadap Corporate Social Responsibility*. Informasi, Perpajakan, Akuntansi Dan Keuangan Publik, 15(1), 1–16.
- Mudjiyanti, R., & Maulani, S. S. (2017). *Pengaruh Likuiditas, dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Akuntansi Dan Sistem Teknologi Informasi, 11(3), 342–346. <https://doi.org/10.13937/j.cnki>.
- Nisak, K., & Jaeni. (2019). *Faktor Penentu Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*. Journal of Chemical Information and Modeling, 8, 36–50. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Nugraha, I. (2018). *Cemari Sungai, Pabrik Tekstil Indobarat Dihukum Denda Rp 2 Miliar*. Diakses pada tanggal 17 Maret 2020, pada laman <https://regional.kompas.com/read/2018/01/23/11291801/cemari-sungai-pabrik-tekstil-indobarat-dihukum-denda-rp-2-miliar>.
- Nusantari, Nanda Inggar; Nuzula, N. F. (2015). *Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi pada Perusahaan yang Terdaftar dalam Indeks SRI KEHATI Tahun 2011-2013)*. Administrasi Bisnis-Perpajakan, 5(2), 1–9. <https://doi.org/10.1145/3132847.3132886>.
- OOkavian, E., & Dewi, P. (2019). *Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial : Tekanan Media Sosial Sebagai Variabel Moderasi*. I(4), 1030–1040.
- Peranginangin, E. M., Lie, D., & Inrawan, A. (2017). *Pengaruh Agresivitas Pajak Dengan Return on Asset (Roa) Sebagai Variabel Kontrol Terhadap Corporate Social Responsibility (Csr) Pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi*. 3(2), 19–27.
- Plorensia, W. A., & Hardiningsih, P. (2015). *Pengaruh Agresivitas Pajak Dan media Eksplosure Terhadap Corporate Social Responsibility*. Dinamika Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan, 4(2), 136–151.
- Prabowo, H. (2019). *Dinas LH: Ada 114 Pabrik yang Diduga Mencemari Udara di Jakarta*. Diakses pada tanggal 17 Maret 2020, pada laman <https://tirto.id/dinas-lh-ada-114->

- pabrik-yang-diduga-mencemari-udara-di-jakarta-efTY.
- Puspitasari, E., Sudiyatno, B., Suharmanto, T., & Setyawati, D. (2019). *Kinerja Keuangan, Kinerja Lingkungan, Struktur Kepemilikan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia*. 139–145.
- Sekarwigati, M., & Effendi, B. (2019). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Likuiditas terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure*. *STATERA: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 16–33. <https://doi.org/10.33510/statera.2019.1.1.16-33>.
- Silitonga, I. M., & Simanjuntak, A. (2019). *Pengaruh Corporate Governance, Financial Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Corporate Financial Performance sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. *Jurnal Manajemen*, 5(2), 215–224.
- Sofwan, M. U. (2019). *Efek Moderasi Dewan Komisaris Antara Manajemen Laba Riil, Profitabilitas, Likuiditas Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi, Dan Keuangan Publik*, 14(2), 147. <https://doi.org/10.25105/jipak.v14i2.5017>.
- Suastha, R. D. (2016). *Riset Temukan Kualitas CSR Perusahaan Indonesia Rendah*. Diakses pada tanggal 17 Maret 2020, pada laman <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20160721074144-20-146030/riset-temukan-kualitas-csr-perusahaan-indonesia-rendah>.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprasto, H. B., & Haryanti, A. P. S. (2019). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 14(2), 219. <https://doi.org/10.24843/jiab.2019.v14.i02.p07>
- Tampubolon, E. G., & Siregar, D. A. (2019). *Pengaruh Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. 8(2), 223–229.
- Yurika., & Viriany. (2019). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)*. *Multiparadigma Akuntansi*, 1, 703–711. <https://doi.org/10.34209/equ.v18i2.466>.
- Wardhani, R. A., & Muid, D. (2017). *Pengaruh Agresivitas Pajak, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2015)*. 6(3), 752–761.
- Wijaya, S. G. S., & Hadiprajitno, P. T. B. (2017). *Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. *Journal of Orthopaedic Science*, 6(2), 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.jos.2019.11.001>