

**PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK DAN PROFITABILITAS SERTA  
UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE  
SOCIAL RESPONBILITY* PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB  
SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA  
EFEK INDONESIA TAHUN 2016-2020**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi  
Universitas Mahaputra Muhammad Yamin Solok*



**OLEH :**

**ALFAJRI RIYADI**

**181000462201034**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MAHAPUTRA MUHAMMAD YAMIN  
SOLOK  
2022**

**PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK DAN PROFITABILITAS SERTA  
UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE  
SOCIAL RESPONBILITY* PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB  
SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA  
EFEK INDONESIA TAHUN 2016-2020**

**ALFAJRI RIYADI**

**181000462201034**

PEMBIMBING : 1. RITA DWI PUTRI, SE. M.Si  
2. Hj. NIDIA ANGGRENI DAS, SE. MM

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Agresivitas Pajak ( $X_1$ ), Profitabilitas ( $X_2$ ) dan Ukuran Perusahaan ( $X_3$ ) terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.

Berdasarkan analisis statistik dapat disimpulkan bahwa secara parsial Agresivitas Pajak ( $X_1$ ) tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan yang diteliti, hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $1,587 < \text{nilai } t_{tabel} 2,01290$  dan signifikansi  $0,119 >$  dari taraf signifikansi  $0,05$ . Secara parsial Profitabilitas ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan yang diteliti, hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,587 > \text{nilai } t_{tabel} 2,01290$  dan signifikansi  $0,013 <$  dari taraf signifikansi  $0,05$ . Secara parsial Ukuran perusahaan ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan yang diteliti, hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $6,888 > \text{nilai } t_{tabel} 2,01290$  dan signifikansi  $0,000 <$  dari taraf signifikansi  $0,05$ . Secara simultan Agresivitas Pajak, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh secara bersama-sama terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) hal ini dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $18,999 > F_{tabel}$  sebesar  $2,57$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

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

**THE EFFECT OF TAX AGGRESSIVENESS PROFITABILITY AND  
COMPANY SIZE ON CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY  
DISCLOSURE ON MANUFACTURING COMPANIES IN THE FOOD AND  
BEVERAGE SUB SECTOR LISTED ON THE INDONESIA STOCK  
EXCHANGE IN 2016-2020**

**ALFAJRI RIYADI**

**181000462201034**

ADVISOR : 1. RITA DWI PUTRI, SE. M.Si  
2. Hj. NIDIA ANGGRENI DAS, SE. MM

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the Effect of Tax Aggressiveness ( $X_1$ ), Profitability ( $X_2$ ) and Company Size ( $X_3$ ) on Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosures in Manufacturing Companies in the Food and Beverage Sub-Sector Listed on the Indonesia Stock Exchange in 2016 -2020.*

*Based on statistical analysis, it can be concluded that partially tax aggressiveness ( $X_1$ ) has no effect on Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosures in the companies studied, this is evidenced by the  $t_{count}$  value of 1,587 <  $t_{table}$  value 2,01290 and significance 0,119 > from significance level 0 0,05. Partially, Profitability ( $X_2$ ) has a significant effect on Corporate Social Responsibility (CSR) disclosures in the companies studied, this is evidenced by the  $t_{count}$  value of 2,587 >  $t_{table}$  value of 2,01290 and a significance of 0,013 < from a significance level of 0,05. Partially, company size ( $X_3$ ) has a significant effect on Corporate Social Responsibility (CSR) disclosures in the companies studied, this is evidenced by the  $t_{count}$  value of 6,888 >  $t_{table}$  value of 2,01290 and a significance of 0,000 < from a significance level of 0,05. Simultaneously, Tax Aggressiveness, Profitability and Company Size have an effect on the Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR). This is evidenced by the  $F_{count}$  of 18,999 >  $F_{table}$  of 2,57 and the significance value of 0,000 < 0,05.*

*Keywords: Corporate Social Responsibility Disclosure, Tax Aggressiveness, Profitability, Company Size*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan perekonomian di Indonesia ditandai dengan bertambahnya jumlah perusahaan yang berdiri di Indonesia. Namun perubahan kondisi ekonomi, disisi lain berpengaruh terhadap keberadaan perusahaan. Perkembangan teknologi juga mempengaruhi kompleksitas operasional dan tanggung jawab sosial perusahaan (Herleni et al., 2021). Perusahaan harus transparan dalam pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Karena, informasi yang dimiliki oleh perusahaan akan sangat berguna bagi *stakeholder* dalam pengambilan keputusan yang akan memberikan hasil yang maksimal.

Salah satu bentuk informasi yang dibutuhkan oleh *stakeholder* adalah pengungkapan tanggung jawab sosial atau yang lebih dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Rofiqkoh & Priyadi, 2016). Suatu perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal pada pemegang saham (*shareholders*). Perusahaan juga memiliki tanggung jawab kepada pihak yang lain yang berkepentingan (*stakeholders*) yang tidak lepas dari kenyataan bahwa perusahaan tidak bisa berkembang, beroperasi, bertahan serta memperoleh keuntungan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Sehingga CSR lebih menunjukkan kepedulian terhadap pihak-pihak lain secara lebih luas (Hernita & Lestari, 2021). *Corporate social responsibility* mengacu pada kewajiban etika dan moral perusahaan kepada masyarakat.

Indonesia saat ini memiliki tingkat pengungkapan CSR yang rendah. Perusahaan beranggapan bahwa CSR merupakan beban yang harus dikeluarkan oleh perusahaan. Padahal CSR merupakan suatu bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat. Namun dalam praktiknya, sebagian besar harapan masyarakat tidak sejalan dengan kegiatan yang diberikan oleh perusahaan. Adanya ekspektasi yang tinggi dari masyarakat membuat perusahaan mengubah orientasi tujuannya, bukan lagi mengejar laba yang maksimal melainkan bagaimana masyarakat dapat mengakui keberadaan perusahaan.

Keterkaitan perusahaan dengan lingkungan sosialnya menuntut dipenuhinya *corporate social responsibility*. Lingkungan berperan sebagai salah satu faktor yang menunjang kegiatan produksi perusahaan. Namun masih banyak perusahaan yang tidak memperhatikan bagaimana kondisi lingkungan disekitarnya. Salah satu bentuk kurangnya kepedulian perusahaan terhadap lingkungan adalah melakukan pembuangan limbah produksi secara sembarangan. Sehingga memunculkan beberapa kasus yang menyebabkan terjadinya kerusakan lingkungan.

Terdapat kasus CSR yang berkaitan dengan lingkungan. Seperti kasus yang bermula saat Direktorat Kriminal Khusus Polda Kepulauan Riau menyegel sejumlah pabrik pengolahan bahan makanan, diantaranya PT Panca Rasa Pratama yang memproduksi produk teh seduh merk Prendjak. Karena adanya dugaan aktivitas tak lazim atas pembuangan limbah perusahaan. Aktivitas yang terindikasi kuat adalah pengolahan limbah oli yang membahayakan lingkungan dibuang sembarangan. Limbah tersebut

dibuang ke parit dan selokan tanpa adanya perlindungan dan kontrol terhadap pengelolaan limbah. Tindakan ini dilakukan terkait pelanggaran UU Lingkungan Hidup dan Sumber Daya Air dan Mineral. Kasus ini terungkap setelah adanya laporan warga dan aktivis pencinta lingkungan di Tanjung Pinang. Selain itu, PT. Candi Pulau Mas (transporter LPG), PT. Bumi Indraya Pratama (SPBU), PT. Staff Mara Pratama serta PT. Panbaruna (distributor makanan) juga diperiksa oleh Dirkrimsus Polda Kepulauan Riau (Panca & Febriana, 2019).

Praktik dan pengungkapan *corporate social responsibility* jika dilakukan secara berkesinambungan oleh para perusahaan akan memberikan manfaat pada perusahaan itu sendiri (Hernita & Lestari, 2021). Manfaat yang didapat oleh perusahaan jika melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial diantaranya adalah semakin besar rasa kepercayaan masyarakat kepada perusahaan dan semakin besar minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Namun, masih ditemui praktik kecurangan pengungkapan CSR di Indonesia seperti yang terlihat pada kasus PT Panca Rasa Pratama. Perusahaan harus mengembangkan etika dan praktik bisnis yang berkesinambungan secara ekonomi, sosial dan lingkungan (Herleni et al., 2021). CSR juga menunjukkan bahwa perusahaan juga bertugas untuk berlaku jujur, mematuhi hukum, menjunjung integritas dan tidak korupsi.

Perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab kepada *stakeholder* dan masyarakat, tetapi juga pada pemerintah. Pajak yang dibayarkan oleh perusahaan menjadi sumber penghasilan negara. Penerimaan pajak di Indonesia yang masih belum optimal, membuat adanya kemungkinan

perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia melakukan kecurangan pajak. Wajib pajak sering memanfaatkan kelemahan pemerintah dalam melakukan kecurangan pajak. Kurangnya perhatian khusus dari pemerintah atas kebijakan pemungutan pajak dapat menjadi peluang bagi perusahaan untuk melakukan kecurangan pajak (Savitri & Rahmawati, 2017).

Agresivitas pajak menyebabkan rusaknya reputasi sebuah perusahaan karena perusahaan yang tingkat agresivitas pajaknya tinggi dapat melakukan penghindaran pajak yang mana pajak yang seharusnya dibayarkan digunakan untuk kesejahteraan masyarakat. Kaitan agresivitas pajak dengan pengungkapan CSR terletak pada tujuan utama perusahaan untuk memperoleh laba maksimal tanpa menghilangkan tanggung jawab sosial dan lingkungan, yang mana semakin besar laba yang diperoleh perusahaan semakin besar penghasilan kena pajak (Goh et al., 2019). Penelitian yang dilakukan oleh Lanis & Richardson (2013), Wardhani & Muid (2017) serta Kristiadi et al (2020) menunjukkan bahwa agresivitas pajak berpengaruh terhadap CSR. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Nusantari et al (2015), Vacca et al (2020) serta Wicaksono & Prabowo (2021) mengatakan tidak adanya pengaruh antara agresivitas pajak terhadap CSR.

Perusahaan yang melakukan agresivitas pajak memiliki tujuan untuk mengurangi beban pajak agar memperoleh laba maksimal yang berkaitan dengan profitabilitas perusahaan. Profitabilitas dapat digunakan sebagai alat untuk mengatur laba perusahaan yang nantinya akan berpengaruh terhadap kewajiban pajak dan penerimaan bonus (Andhari & Sukartha, 2017). Profitabilitas merupakan faktor manajemen untuk menjadi bebas dan

fleksibel dalam pengungkapan CSR kepada pemegang saham. Hubungan profitabilitas dan CSR dapat dilihat dari laba yang diperoleh perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Hernita & Lestari (2021) dan Yanti et al (2021) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap CSR. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Wardhani & Muid (2017), Susilowati et al (2018) serta Anita & Jeny (2021) menyatakan bahwa tidak adanya hubungan antara profitabilitas dengan CSR.

Ukuran Perusahaan dapat menjadi salah satu faktor perusahaan melakukan penghindaran pajak. Perusahaan dengan skala besar akan memiliki aktivitas operasi perusahaan yang lebih banyak dan rumit sehingga terdapat celah-celah untuk dimanfaatkan dalam keputusan *tax avoidance* (Ngadiman & Puspitasari, 2014). Perusahaan berskala besar memiliki profitabilitas yang tinggi karena banyaknya aktivitas operasi perusahaan sehingga perusahaan berskala besar juga cenderung memiliki laba yang besar. Ukuran perusahaan merupakan aspek yang sering digunakan untuk pengungkapan CSR dalam *annual report* perusahaan. Dalam *annual report* biasanya perusahaan besar memiliki kecenderungan untuk memberikan sangat banyak informasi jika dibandingkan dengan perusahaan kecil (Miftah & Arifin, 2015).

Apabila sebuah perusahaan berskala besar tidak melakukan pengungkapan CSR, perusahaan tersebut akan memiliki resiko dan tekanan politis yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan berskala kecil. Penelitian yang dilakukan oleh Herleni et al (2021), Anita & Jeny (2021), Istiqomah & Amanah (2021) serta Saputra et al (2021) menyatakan bahwa ukuran



perusahaan berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Budiyanti (2021), Yanti et al (2021) serta Mubarak & Septiawati (2021) mengatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap CSR.

Perusahaan Manufaktur merupakan perusahaan berskala besar dan berkembang pesat di Indonesia. Salah satu sub sektor perusahaan manufaktur adalah sektor makanan dan minuman. Sub sektor makanan dan minuman merupakan industri yang akan terus berkembang. Seiring dengan peningkatan pertumbuhan penduduk dan kondisi perekonomian negara Indonesia sehingga industri ini berkontribusi besar dalam pertumbuhan perekonomian. Industri makanan dan minuman juga erat kaitannya dengan sektor masyarakat dan lingkungan. Sehingga pada penelitian ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman pada periode tahun 2016 sampai 2020.

Berdasarkan uraian diatas, maka dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan judul **“Pengaruh Agresivitas Pajak dan Profitabilitas serta Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka didapat rumusan masalah sebagai berikut.

1. Apakah pengaruh agresivitas pajak terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.
2. Apakah pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.
3. Apakah pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.
4. Apakah pengaruh agresivitas pajak, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* secara simultan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.

### 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin penulis capai berdasarkan rumusan masalah adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh agresivitas pajak terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.
2. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.
3. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.
4. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara agresivitas pajak, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun secara praktis. Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Penelitian ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa untuk menambah ilmu pengetahuan mengenai pengaruh agresivitas pajak, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
2. Penelitian ini dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya untuk dapat digunakan sebagai referensi penelitian yang akan dilakukan dimasa depan dan menambah wawasan untuk penelitian mengenai pengungkapan *corporate social responsibility*.
3. Penelitian ini dapat bermanfaat bagi perusahaan sebagai referensi dan masukan dalam pengambilan kebijakan-kebijakan atau keputusan perusahaan mengenai pengungkapan *corporate social responsibility*.

#### 1.5 Sistematika Penulisan

Pembahasan dalam penelitian ini terdiri dari tiga bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut.

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

Pada Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

## **BAB II            LANDASAN TEORI**

Pada Bab ini akan diuraikan teori-teori yang akan digunakan sebagai dasar yang mendukung penelitian, kerangka berfikir, dan pengembangan hipotesis.

## **BAB III            METODE PENELITIAN**

Pada Bab ini akan dibahas tentang jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian, teknik pengumpulan data, dan variabel-variabel yang ada dalam penelitian,serta defenisi operasional dari penelitian.

## **BAB IV            HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada Bab ini menjelaskan tentang deskripsi objek penelitian, deskripsi hasil penelitian, pengujian dan pembahasan hasil analisis data.

## **BAB V            PENUTUP**

Pada Bab ini berisi uraian tentang kesimpulan dari penelitian dan saran-saran baik untuk peneliti selanjutnya ataupun untuk tempat penelitian dilakukan.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh agresivitas pajak, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Penelitian ini menggunakan 10 sampel perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulannya sebagai berikut.

1. Hasil uji menunjukkan bahwa agresivitas pajak ( $X_1$ ) secara parsial tidak berpengaruh signifikan dalam memprediksi pengungkapan *corporate social responsibility* (Y), sehingga hipotesis pertama ( $H_1$ ) yang menyatakan bahwa agresivitas pajak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020 ditolak. Hal ini dibuktikan dengan menggunakan uji t dengan diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $1,587 < \text{nilai } t_{tabel} 2,01290$  dan signifikansi  $0,119 >$  dari taraf signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara individual agresivitas pajak ( $X_1$ ) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (Y).

2. Hasil uji menunjukkan bahwa profitabilitas ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh signifikan dalam memprediksi pengungkapan *corporate social responsibility* (Y), sehingga hipotesis kedua ( $H_2$ ) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020 diterima. Hal ini dibuktikan dengan menggunakan uji t dengan diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,587 >$  nilai  $t_{tabel}$   $2,01290$  dan signifikansi  $0,013 <$  dari taraf signifikansi  $0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa secara individual profitabilitas ( $X_2$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (Y).
3. Hasil uji menunjukkan bahwa ukuran perusahaan ( $X_3$ ) secara parsial berpengaruh signifikan dalam memprediksi pengungkapan *corporate social responsibility* (Y), sehingga hipotesis ketiga ( $H_3$ ) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020 diterima. Hal ini dibuktikan dengan menggunakan uji t dengan diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $6,888 >$  nilai  $t_{tabel}$   $2,01290$  dan signifikansi  $0,000 <$  dari taraf signifikansi  $0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa secara individual ukuran perusahaan ( $X_3$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (Y).

4. Hasil uji menunjukkan bahwa agresivitas pajak ( $X_1$ ), profitabilitas ( $X_2$ ) dan ukuran perusahaan ( $X_3$ ) secara simultan berpengaruh signifikan dalam memprediksi pengungkapan *corporate social responsibility* (Y), sehingga hipotesis keempat ( $H_4$ ) yang menyatakan bahwa agresivitas pajak, profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020 diterima. Hal ini dibuktikan dengan menggunakan uji F dengan diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $18,999 > F_{tabel}$  sebesar 2,57 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel agresivitas pajak ( $X_1$ ), profitabilitas ( $X_2$ ) dan ukuran perusahaan ( $X_3$ ) secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (Y).

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan pembahasan diatas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang akan diharapkan bermanfaat bagi perusahaan serta penelitian selanjutnya berkaitan dengan faktor-faktor pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) suatu perusahaan sebagai berikut.

1. Bagi perusahaan, diharapkan untuk tidak terlalu fokus hanya kepada agresivitas pajak, profitabilitas dan ukuran perusahaan dalam melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) melainkan juga mempertimbangkan aspek lain yang mungkin lebih memiliki pengaruh yang lebih besar seperti tipe industri, ukuran



dewan komisaris, umur perusahaan dan lainnya. Perusahaan juga disarankan untuk lebih maksimal dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) karena dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang maksimal dapat menambah citra baik perusahaan dimata *stakeholder*.

2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambah rentang waktu yang lebih panjang sehingga hasil yang diperoleh dapat lebih akurat. Lalu disarankan juga untuk menambah variabel lain seperti tipe industri, ukuran dewan komisaris, umur perusahaan dan lainnya untuk penelitian selanjutnya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Andhari, P. A. S., & Sukartha, I. M. (2017). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Inventory Intensity, Capital Intensity Dan Leverage Pada Agresivitas Pajak. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 18(3), 2115–2142.
- Anita, & Jeny. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, Umur Perusahaan, Masa Jabatan Perusahaan Audit, dan Ukuran Perusahaan Audit Terhadap Corporate Social Responsibility. *Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Science*, 1(1), 1529–1539.
- Budiyanti, N. I. (2021). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan dan Struktur Kepemilikan Saham Terhadap Corporate Social Responsibility. *STIE Perbanas*, 1–19.
- Damayanti, D. Y. (2017). Peran good corporate governance, profitabilitas, size dan likuiditas dalam mengungkap corporate social responsibility. *Journal of Business & Banking*, 7(1).
- Dewi, I. A. A. W. C., & Wirawati, N. G. P. (2017). Pengaruh Agresivitas Pajak Pada Corporate Social Responsibility Dengan Likuiditas Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 19(3), 1943–1969.
- Fadli, I., Ratnawati, V., & Kurnia, P. (2016). Pengaruh Likuiditas, Leverage, Komisaris Independen, Manajemen Laba, dan Kepemilikan Institusional Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan (Studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 3(1), 1205–1219.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firdaus. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Analisis Regresi IBM SPSS Statistic Version 26.0*. DOTPLUS Publisher.
- Freeman, R. E. (1984). Strategic management, A Stakeholder Approach. In *Pitman Publishing*.
- Gebhart, M. S. (2017). Measuring Corporate Tax Avoidance - An Analysis of Different Measures. *Junior Management Science*, 2(2), 43–60.
- Ghozali, I. (2016). *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif untuk Akuntansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goh, T. S., Nainggolan, J., & Sagala, E. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Methodist*, 3(1), 83–96.
- Hanafi, M. M., & Halim, A. (2016). *Analisis Laporan Keuangan (Edisi Keli)*. UPP STIM YKPN.

- Herleni, S., Asmeri, R., & Sunreni. (2021). Pengaruh Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility. *Pareso Jurnal*, 3(1), 57–68.
- Hernita, N., & Lestari, A. G. (2021). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017). *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Sistem Informasi*, 2(1), 115–125.
- Istiqomah, S., & Amanah, L. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan, Kapitalisasi Pasar, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(2), 1–18.
- Iswandika, R., & Sipayung, E. (2014). Pengaruh Kinerja Keuangan, Corporate Governance, dan Kualitas Audit Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi*, 1(2), 1–18.
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan* (R. G. Persada (ed.)).
- Kristiadi, F., Kurniawati, E. P., & Naufa, A. M. (2020). Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: Evidence from Indonesia. *Journal of Theory and Applied Management*, 13(2), 105–121.
- 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.
- Miftah, D., & Arifin, Z. (2015). Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility). *Jurnal Al-Iqtishad*, 9(1), 1–11.
- Mubarak, R., & Septiawati, R. (2021). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure pada Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index. *Shafin: Finance and Sharia Accounting Journal*, 1(2), 1–15.
- Muchson, M. (2017). *Metode Riset Akuntansi*. Guepedia.
- Ngadiman, & Puspitasari, C. (2014). Pengaruh Leverage, Kepemilikan Institusional, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak (Tax Avoidance) Pada Perusahaan Sektor Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2010-2012. *Jurnal Akuntansi*, 23(3), 408–421.
- Novitasari, S., Ratnawati, V., & Silfi, A. (2017). Pengaruh Manajemen Laba, Corporate Governance, dan Intensitas Modal Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2010-2014). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 4(1), 1901–1914.
- Nusantari, N. I., Nuzula, N. F., & Daron, A. (2015). Pengaruh Agresivitas 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(2), 1–9.
- Panca, & Febriana, B. (2019). *Buang Limbah Pabrik Sembarangan, Sejumlah Perusahaan Disegel Polda Kepri*. Gatra.Com. <https://www.gatra.com/detail/news/394304-Buang-Limbah-Pabrik-Sembarangan->

## Sejumlah-Perusahaan-Disegel-Polda-Kepri-

- Prameswari, F. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 3(4), 74–90.
- Putri, R. K., Zulfahridar, & Kurnia, P. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Dan Basis Kepemilikan Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode Tahun 2012-2014. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 4(1), 558–571.
- Putri, S. S. (2021). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Komisaris Independen, Size dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Sosial Responsibility. *STIE Perbanas Surabaya*, 1–19.
- Rahayu, M. P., & Darmawan, J. (2017). Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya*, 1(1), 541–558.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Pendidikan dan Eksperimen*. Deepublish.
- Rofiqkoh, E., & Priyadi, M. P. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi ISSN: 2460-0585*, 5(10), 1–18.
- Rosidy, D., & Nugroho, R. (2019). Pengaruh Komisaris Independen Dan Kompensasi Eksekutif Terhadap Agresivitas Pajak. *Info Artha*, 3(1), 55–65.
- Salehi, M., Tarighi, H., & Rezanezhad, M. (2019). Empirical study on the effective factors of social responsibility disclosure of Iranian companies. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 26(1), 34–55.
- Saputra, I., Rusmanto, & Hikmah, I. (2021). Pengaruh Umur Perusahaan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Pada Perusahaan Manufaktur Sub Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2016 - 2019. *Dinamika Ekonomi-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 132–144.
- Savitri, D. A. M., & Rahmawati, I. N. (2017). Pengaruh Leverage, Intensitas Persediaan, Intensitas Aset Tetap, dan Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 8(2), 64–79.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sultoni, H. M. (2020). *Corporate Social Responsibility (Kajian Korelasi Program CSR Terhadap Citra Perusahaan* (A. Wafi (ed.)). Duta Media Publishing.
- Susilowati, F., Zulfa, K., & Hartono, A. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Tipe Industri dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode . *ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 15–25.

- Syairozi, M. I. (2019). *Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Manufaktur dan Perbankan*. Tidar Media.
- Vacca, A., Iazzi, A., Vrontis, D., & Fait, M. (2020). The role of gender diversity on tax aggressiveness and corporate social responsibility: Evidence from Italian listed companies. *Sustainability (Switzerland)*, 12(5), 1–14.
- Wardhani, R., & 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). *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(3), 752–761.
- Wati, L. N. (2019). *Model Corporate Social*. Myria Publisher.
- Wicaksono, D. A., & Prabowo, T. J. W. (2021). Pengaruh Agresivitas Pajak Dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Diponegoro Journal of Accounting*, 10(1), 1–10.
- Wulansari, T. A., Titisari, K. H., & Nurlaela, S. (2020). Pengaruh Leverage, Intensitas Persediaan, Aset Tetap, Ukuran Perusahaan, Komisaris Independen Terhadap Agresivitas Pajak. *JURNAL AKUNTANSI & EKONOMI FEB. UN PGRI Kediri*, 5(1), 69–76.
- Yanti, N. L. E. K., Endiana, I. M. D., & Pramesti, I. G. A. A. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, Leverage, Dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (KHARISMA)*, 3(1), 42–51.

