

**PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN, PENGHINDARAN  
PAJAK, DAN MANAJEMEN LABA TERHADAP *CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY***

**Skripsi :  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Mencapai Derajat Sarjana S1**



**Disusun Oleh :  
Johanda Saputra  
Nim : 31401900085**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
SEMARANG  
2023**

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

**PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN, PENGHINDARAN  
PAJAK, DAN MANAJEMEN LABA TERHADAP *CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY***

(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2018-2021)

Disusun Oleh :

Johanda Saputra

NIM : 31401900085

Telah disetujui oleh dosen pembimbing dan selanjutnya dapat diajukan  
kehadapan sidang panitia ujian usulan penelitian Skripsi Program Studi Akuntansi  
Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 24 Agustus 2023

**Pembimbing**

**Dr. H. Kiryanto, S.E., M.Si., Akt., CA.**  
NIK. 211492004

**Ketua Program Studi S1 Akuntansi**



**Provita Wijayanti, S.E., M.Si., Ak., CA**  
NIK. 211403012

**PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN, PENGHINDARAN  
PAJAK, DAN MANAJEMEN LABA TERHADAP *CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY***

Disusun Oleh :


Johanda Saputra

NIM : 31401900085

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 4 September 2023

**Susunan Dewan Penguji**

**Pembimbing**




**Dr. H. Kiryanto, S.E., M.Si., Akt, CA.**  
NIK. 211492004

**Penguji I**



**Dr. Dista Amalia Arifah, S.E., M.Si., Akt**  
NIK. 211406020

**Penguji II**



**Judi Budiman, S.E., M.Sc., Akt**  
NIK. 211403015

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Akuntansi  
Semarang, 4 September 2023

**Ketua Program Studi S1 Akuntansi**



**Provita Wijayanti, S.E., M.Si., Ak., CA**  
NIK. 211403012

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini ;

Nama : Johanda Saputra

NIM : 31401900085

Program Studi : S1 Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Universitas : Universitas Islam Sultan Agung

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Penghidaran Pajak, dan Manajemen Laba terhadap *Corporate Social Responsibility*” adalah karya dari peneliti sendiri dan tidak terdapat unsur *plagiarism* dengan cara yang tidak sesuai dengan etika atau tradisi keilmuan yang ada. Apabila suatu hari terbukti bahwa skripsi ini adalah suatu pelanggaran etika akademik, maka penulis siap menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 21 September 2023  
Yang membuat pernyataan



Johanda Saputra  
NIM. 31401900085

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

“Bukan tentang siapa yang datang lebih awal dan atau tentang siapa yang berhasil terlebih dahulu, akan tetapi tentang siapa yang mampu bertahan dan berjuang sampai akhir serta menikmati setiap proses yang dilalui sehingga menghasilkan pencapaian dari proses yang berkualitas”

### PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

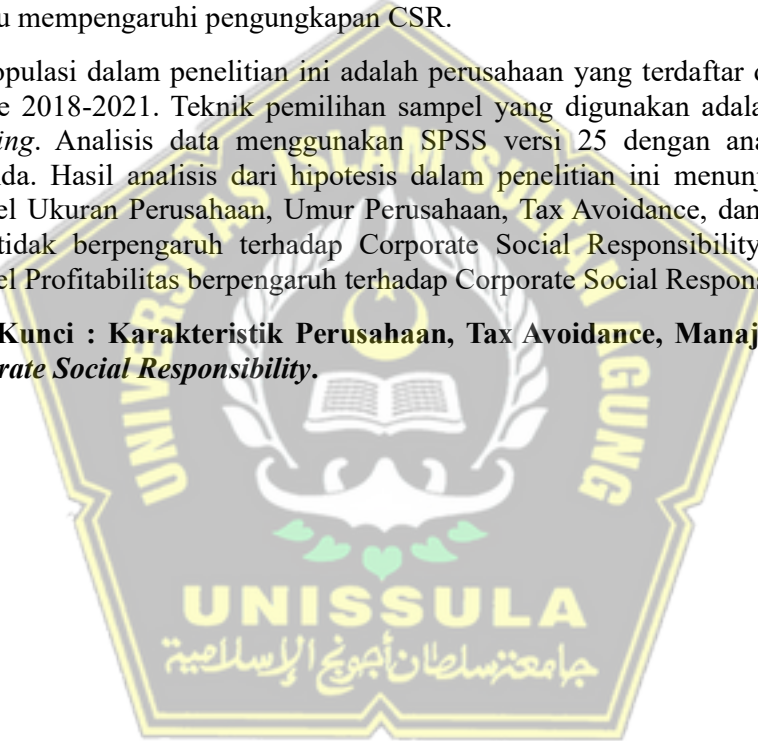
1. Bapak Dr. H. Kiryanto, S.E., M.Si., Akt., CA. selaku Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dengan sabar membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun Proposal Skripsi.
2. Teruntuk seluruh keluarga besar penulis yang telah membarikan dukungan, dan doa yang tulus kepada penulis selama ini.
3. Terimakasih terkhusus kepada Niswatun Annisa Dewi (Mba Nissa) yang telah memberikan bantuan, pengarahan, saran baik berupa lisan maupun tindakan.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Karakteristik Perusahaan, Penghindaran Pajak dan Manajemen Laba terhadap *Corporate Social Responsibility*. Tingginya tingkat profitabilitas yang dihasilkan dari kegiatan operasional, dengan tingkat lamanya umur perusahaan berdiri, serta ukuran dari banyaknya jumlah asset yang dimiliki merupakan bentuk dari karakteristik perusahaan. Semakin rendah persentase tarif pajak efektif maka semakin tinggi perilaku penghindaran pajak. Manajemen laba dilakukan untuk memperoleh laba yang diinginkan para manajemen yang bersifat akrual dengan memanfaatkan kebijakan akuntansi yang berlaku. Perusahaan yang memiliki karakteristik yang baik, melakukan penghindaran pajak serta tindakan manajemen laba diprediksi mampu mempengaruhi pengungkapan CSR.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di BEI untuk periode 2018-2021. Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Analisis data menggunakan SPSS versi 25 dengan analisis regresi berganda. Hasil analisis dari hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Tax Avoidance, dan Manajemen Laba tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan variabel Profitabilitas berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

**Kata Kunci : Karakteristik Perusahaan, Tax Avoidance, Manajemen Laba, Corporate Social Responsibility.**



## **ABSTRACT**

*This study aims to examine the influence of Company Characteristics, Tax Avoidance and Earnings Management on Corporate Social Responsibility. The high level of profitability generated from operational activities, the longevity of the company, and the size of the number of assets owned are forms of company characteristics. The lower the percentage of the effective tax rate, the higher the tax avoidance behavior. Earnings management is carried out to obtain the desired profit of accrual management by utilizing applicable accounting policies. Companies that have good characteristics, perform tax avoidance and earnings management actions are predicted to be able to influence CSR disclosure.*

*The population in this study are companies listed on the IDX for the 2018-2021 period. The sample selection technique used is Purposive Sampling. Data analysis using SPSS version 25 with multiple regression analysis. The results of the analysis of the hypothesis in this study indicate that the variables of Company Size, Company Age, Tax Avoidance, and Earnings Management have no effect on Corporate Social Responsibility. While the Profitability variable affects Corporate Social Responsibility.*

**Keywords:** *Company Characteristics, Tax Avoidance, Earnings Management, Corporate Social Responsibility.*





## INTISARI

*Corporate Social Responsibility* merupakan tanggung jawab sosial yang diberikan kepada Masyarakat, oleh perusahaan yang beroperasi di sekitar wilayah Masyarakat yang terdampak atas aktivitas perusahaan tersebut. CSR telah diatur dalam undang - undang No. 40 Tahun 2007 pasal 74 tentang bagaimana pelaksanaan tanggung jawaban sosial yang di lakukan oleh perusahaan. Tercapainya kesejahteraan ekonomi, keadilan, distribusi yang sesuai, dan kebebasan yang dimiliki oleh setiap individu merupakan tujuan dari kegiatan tanggung jawab sosial.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode tahun 2018 sampai dengan tahun 2021 dengan jumlah sampel 35 yang didapat sebanyak 140 data. Jenis penelitian yang dipergunakan adalah penelitian Kuantitatif dengan jenis data yang digunakan adalah data sekunder, yaitu dengan menganalisis laporan keuangan tahunan. Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS versi 25.

Hipotesis dalam penelitian ini yaitu pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* dengan hasil bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*, pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* dengan hasil bahwa Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*, pengaruh Umur Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* dengan hasil bahwa Umur Perusahaan tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*, pengaruh *Tax Avoidance* terhadap *Corporate Social Responsibility* dengan hasil bahwa *Tax Avoidance* tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*, pengaruh Manajemen Laba terhadap *Corporate Social Responsibility* dengan hasil bahwa Manajemen Laba tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin, dengan mengucapkan puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT dan Sholawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi yang berjudul “Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Penghindaran Pajak, dan Manajemen Laba Terhadap *Corporate Social Responsibility*”.

Proposal Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana pada Program Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Dalam Menyusun Proposal Skripsi ini, penulis telah banyak menerima bantuan, dukungan dan saran dari banyak pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang terlibat dalam penyusunan Proposal Skripsi, diantaranya.

1. Bapak Prof. Dr. Heru Sulisty, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Ibu Provita Wijayanti, S.E., M.Si, AK, CA. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Bapak Dr. H. Kiryanto, S.E., M.Si., Akt., CA. selaku Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dengan sabar membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun Proposal Skripsi.
4. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah membimbing, memberikan ilmu, arahan, serta membantu proses perkuliahan selama ini.
5. Teruntuk Bapak dan Ibu kandung saya, yang telah membiayai, memberikan support, serta doanya sehingga saya dapat menempuh Pendidikan sampai saat ini.

6. Teruntuk seluruh keluarga besar penulis yang telah membarikan dukungan, dan doa yang tulus kepada penulis selama ini.
7. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan dan teman organisasi mahasiswa internal maupun eksternal kampus yang telah memberikan bantuan, dukungan, serta doannya selama penulis melakukan penelitian.
8. Terimakasih kepada (Kantor Jasa Akuntan dan Kantor Konsultan Pajak Soffwan Aji) khususnya kepada Bapak Soffwan Aji, Ibu Lianasari serta rekan-rekan kerja Muhammad Sururi, Bunga Permatasari, dan Yunita Sintiani yang telah memberikan dukungan serta doanya kepada penulis.
9. Terimakasih terkhusus kepada Niswatun Annisa Dewi (Mba Nissa) yang telah memberikan bantuan, pengarahan, saran baik berupa lisan maupun tindakan.

Semoga bantuan yang diberikan mendapat balasan kebaikan dan pahala dari Allah SWT. Penulis menyadari dalam penelitian ini masih banyak kekurangan dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh penulis. Semoga dengan niat yang tulus dan ikhlas, Proposal Skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca khususnya dibidang Akuntansi.

Semarang, 21 September 2023



Johanda Saputra  
NIM. 31401900085

## DAFTAR ISI :

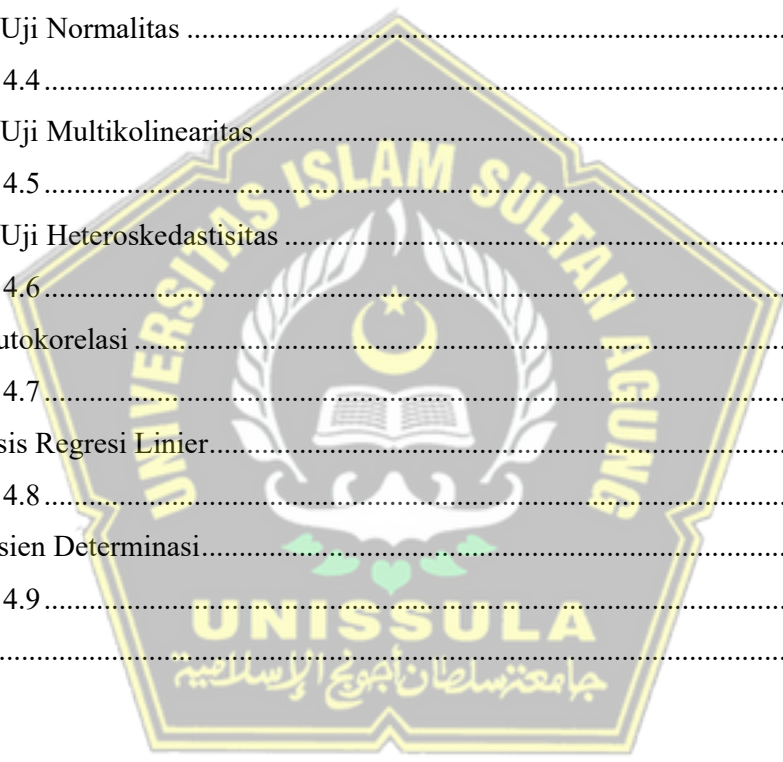
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH .....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	vii
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
INTISARI.....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI :	xiii
DAFTAR TABEL :	xvi
DAFTAR GAMBAR :	xvii
DAFTAR LAMPIRAN :	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktisi .....	8
BAB II.....	9
KAJIAN PUSTAKA .....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Teori Legitimasi ( <i>Legitimacy Theory</i> ).....	9
2.2 Variabel Penelitian .....	10
2.2.1 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	10
2.2.2 Pofitabilitas.....	11
2.2.3 Ukuran Perusahaan.....	12

2.2.4	Umur Perusahaan .....	13
2.2.5	<i>Tax Avoidance</i> .....	14
2.2.6	Manajemen Laba .....	15
2.3	Penelitian Terdahulu.....	16
2.4	Pengembangan Hipotesis .....	34
2.4.1	Pengaruh Pofitabilitas Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	34
2.4.2	Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	34
2.4.3	Pengaruh Umur Perusahaan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> ..	35
2.4.4	Pengaruh <i>Tax Avoidance</i> Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	36
2.4.5	Pengaruh Manajemen Laba Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> ...	37
2.5	Kerangka Penelitian .....	38
BAB III .....		39
METODE PENELITIAN.....		39
3.1	Jenis Penelitian.....	39
3.2	Populasi dan Sampel .....	39
3.3	Sumber dan Jenis Data .....	39
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	40
3.5	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	40
3.5.1	<i>Corporate Social Responsibility</i> .....	40
3.5.2	Profitabilitas .....	41
3.5.3	Ukuran Perusahaan.....	42
3.5.4	Umur Perusahaan .....	42
3.5.5	<i>Tax Avoidance</i> .....	43
3.5.6	Manajemen Laba .....	43
3.6	Teknik Analisis Data .....	45
3.6.1	Analisis Statistik Deskriptif .....	45
3.6.2	Pengujian Hipotesis.....	45
3.6.2.1	Analisis Regresi Berganda.....	45
BAB IV .....		50
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		50
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	50

4.2 Teknik Analisis Data .....	51
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	51
4.3 Uji Asumsi Klasik .....	53
4.3.1 Uji Normalitas .....	53
4.3.2 Uji Mutikolinearitas .....	54
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	55
4.3.4 Uji Autokorelasi .....	56
4.4 Model Regresi Berganda.....	57
4.5 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	59
4.6 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) .....	60
4.7 Pengujian Hipotesis Secara Partial (Uji t) .....	61
4.7.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	61
4.7.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	61
4.7.3 Pengaruh Umur Perusahaan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> ..	62
4.7.4 Pengaruh Tax Avoidance Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	62
4.7.5 Pengaruh Manajemen Laba Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> ...	62
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian .....	62
4.8.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	62
4.8.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> ..	63
4.8.3 Pengaruh Umur Perusahaan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> ..	64
4.8.4 Pengaruh Tax Avoidance Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	65
4.8.5 Pengaruh Manajemen Laba Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> ...	65
BAB V.....	67
PENUTUP.....	67
5.1 Kesimpulan .....	67
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	69
5.3 Saran .....	70
Daftar Pustaka : .....	71
Lampiran-lampiran : .....	74

**DAFTAR TABEL :**

Tabel 2.1 .....	16
Penelitian Terdahulu.....	16
Table 4.1 .....	50
Kriteria Pengambilan Sampel .....	50
Table 4.2 .....	51
Statistik Deskriptif .....	51
Table 4.3 .....	53
Hasil Uji Normalitas .....	53
Table 4.4 .....	54
Hasil Uji Multikolinearitas.....	54
Table 4.5 .....	55
Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	55
Tabel 4.6.....	56
Uji Autokorelasi .....	56
Table 4.7.....	57
Analisis Regresi Linier.....	57
Table 4.8 .....	59
Koefisien Determinasi.....	59
Table 4.9 .....	60
Uji F .....	60



**DAFTAR GAMBAR :**

Kerangka Penelitian ..... 38  
Gambar 2.1 ..... 38





## DAFTAR LAMPIRAN :

Lampiran 1 : .....	74
91 Indikator Berdasarkan GRI-G4 .....	74
Lampiran 2 : .....	86
Daftar perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia .....	86
Lampiran 3 : .....	88
Tabulasi Data .....	88
Lampiran 4 : .....	92
Tabel Analisis Statistik Deskriptif .....	92
Lampiran 5 : .....	92
Tabel Uji Normalitas .....	92
Lampiran 6 : .....	93
Tabel Uji Multikolinearitas .....	93
Lampiran 7 : .....	93
Tabel Uji Heteroskedastisitas .....	93
Lampiran 8 : .....	94
Tabel Uji Autokorelasi .....	94
Lampiran 9 : .....	94
Tabel Uji t .....	94
Lampiran 10 : .....	95
Tabel Uji F .....	95
Lampiran 11 : .....	95
Tabel Koefisien Determinasi .....	95
Lampiran 12 : .....	96
Tabel Acuan Durbin Watson (DW), $\alpha = 5\%$ ( $n = 6-150$ ) .....	96

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Tujuan berdirinya suatu bidang usaha adalah untuk memperoleh keuntungan secara *financial* untuk kelangsungan hidup perusahaan dimasa mendatang. Perusahaan harus memperhatikan serta meminimalisir dampak negatif yang ditimbulkan oleh kegiatan operasional perusahaan, guna untuk menjaga hubungan baik dengan para *stakeholder* dan agar tujuan dari kelancaran kegiatan perusahaan dapat tercapai (Putri et al., 2020). Maka dari itu harus terdapat hubungan yang selaras antara kegiatan perusahaan dan pertanggungjawaban kepada *stakeholder*, supaya tak ada permasalahan yang muncul ketika perusahaan menjalankan kegiatannya.

Sudah banyak perusahaan yang telah melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan tidak sedikit juga yang belum melakukan pengungkapan, atau bahkan tidak sama sekali (Herdi et al., 2020). Kesadaran perusahaan dalam mengungkapkan CSR akan menjadi nilai tambah tersendiri dimata publik dan berdampak positif untuk kelangsungan perusahaan (Aldina et al., 2020). Para investor, kreditur dan para pemangku kepentingan lainnya akan menilai bahwa perusahaan memiliki potensi untuk melanjutkan keberlangsungan usahannya. Akan tetapi jika perusahaan tidak melakukan pengungkapan CSR, maka bisa jadi *stakeholder* akan meragukan *going concern*-nya.

Perusahaan dalam memberikan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat sekitar harus memperhatikan kesesuaian antara, pengimplementasian pengungkapan terhadap dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas perusahaan (Herdi et al., 2020). Hal ini dapat mengkonfirmasi kepada masyarakat sekitar bahwa pemilik perusahaan peduli serta memperhatikan dampak yang di timbulkan oleh aktivitas perusahaan. Meskipun dalam praktiknya perusahaan harus mengeluarkan biaya lebih untuk melakukan pengungkapan CSR, namun dengan citra perusahaan

yang baik dimata para *stakeholder*, maka perusahaan akan dapat lebih optimis dalam mempertahankan kelangsungan hidup entitas bisnis kedepannya (Aldina et al., 2020).

Dalam menjalankan aktivitasnya setiap perusahaan pasti ingin mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya, dan meminimalkan biaya yang dikeluarkan dalam menjalankan aktivitas bisnis. Pada saat perusahaan menjalankan aktivitas seperti industri, perdagangan, maupun aktifitas jasa, pasti akan menimbulkan beberapa faktor yang akan mengganggu lingkungan sekitar, seperti polusi air, tanah dan udara yang disebabkan oleh perusahaan. Tanggung jawab sosial yang dijalankan harus berlandaskan pada *triple bottom line* yaitu kemakmuran ekonomi, kualitas lingkungan dan keadilan sosial (Putri et al, 2020). Akibat dari masalah yang ditimbulkan oleh perusahaan maka, mengharuskan perusahaan agar tidak hanya mengedepankan kemamuran para pemegang saham saja, akan tetapi juga lebih memperhatikan lingkungan masyarakat sekitar dengan melakukan kegiatan pertanggungjawaban sosial perusahaan (Indriyani et al., 2020).

Kegiatan yang bersifat sosial yang diberikan perusahaan kepada masyarakat, yang dilaksanakan atas dasar kepedulian terhadap lingkungan merupakan serangkaian dari kegiatan CSR (Putri et al., 2020). Pentingnya pengungkapan CSR merupakan permasalahan yang serius apabila kurangnya kesadaran dari para pelaku bisnis dan industri. Terkait dengan parahnya kerusakan yang terjadi di indonesia mulai dari pencemaran air, tanah, udara, dan pengrusakan alam yang pada akhirnya akan mengganggu kelangsungan hidup manusia khususnya masyarakat indonesia.

*Corporate Social Responsibility* telah diatur dalam undang - undang No. 40 Tahun 2007 pasal 74 tentang bagaimana pelaksanaan tanggung jawaban sosial yang di lakukan oleh perusahaan, baik perusahaan yang mengelola sumber daya alam, maupun yang tidak mengelola sumber daya alam yang memiliki dampak pada fungsi sumber daya alam ( Muchtar et al., 2020). Pengungkapan CSR merupakan kewajiban yang perlu dilakukan oleh perusahaan yang kegiatan operasionalnya dibidang sumber daya alam dan berhubungan dengan seluruh sumber daya alam,

termasuk perusahaan yang tidak mengelola sumber daya alam tetapi memiliki dampak terhadap fungsi sumber daya alam. Pengungkapan CSR dilaporkan dalam laporan terpisah yang biasa disebut dengan laporan keberlanjutan (*sustainability report*), laporan tersebut memberikan informasi tentang kegiatan sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan terhadap lingkungan sekitar perusahaan.

Terdapat beberapa kasus yang disebabkan oleh aktivitas perusahaan diantaranya, PT. Pindo Deli Pulp dan Paper Mills dikabarkan menjadi salah satu sumber kerusakan lingkungan yang terjadi di karawang, aktivitasnya menyebabkan kerusakan lingkungan dengan tercemarnya air, udara dan tanah (<https://news.detik.com>). Selain itu di Jakarta juga terdapat 114 perusahaan manufaktur dengan cerobong asap dan limbahnya yang mencemari lingkungan ([mediaindonesia.com](http://mediaindonesia.com)). Kejadian-kejadian tersebut menunjukkan rendahnya kepedulian perusahaan terhadap lingkungan, serta minimnya informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR diantaranya profitabilitas. Profitabilitas merupakan rasio yang di gunakan untuk mengukur efektivitas manajemen suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (Yovana et al., 2020). Faktor Profitabilitas sangat penting untuk kelangsungan hidup perusahaan, profitabilitas harus menjadi perhatian didalam perusahaan dan memastikan perusahaan sedang dalam keadaan yang menguntungkan (Ismainingtyas et al., 2020). Perusahaan akan mengungkapkan informasi dan melaksanakan tanggung jawab sosial secara luas kepada publik, ketika perusahaan memperoleh tingkat profitabilitas yang tinggi (Indriyani et al., 2020). Profitabilitas yang tinggi akan memberikan kemampuan pada perusahaan untuk melaksanakan kewajibannya kepada *stakeholder*.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Rosa et al., 2020) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negative terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan dalam penelitian (Ersyafdi et al., 2019) dan (Indriyani et al., 2020) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Akan tetapi dalam penelitian yang

dilakukan oleh (Yovana et al., 2020), (Herawaty, 2020), dan (Aldina et al., 2020) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Faktor lain yang mempengaruhi CSR yaitu *Tax Avoidance*. *Tax Avoidance* merupakan upaya yang dilakukan untuk mengurangi beban pajak seminimal mungkin melalui tindakan yang legal dengan memanfaatkan peraturan undang-undang yang berlaku (Ermaya et al., 2020). Untuk memperkecil beban pajak yang dibayarkan kepada pemerintah, perusahaan akan melakukan tindakan penghindaran pajak yang dilakukan secara sadar dengan menggunakan aspek kelemahan peraturan perpajakan. Perusahaan bisa saja melakukan *Tax Avoidance* untuk meminimalisir beban pajak yang di tanggung dengan tetap memperhatikan ketentuan-ketentuan dan tidak melanggar hukum yang berlaku.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Rachim et al., 2021) menunjukkan bahwa *tax avoidance* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Akan tetapi sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh (Ersyafdi et al., 2019) dan (Mashuri, 2019) menunjukkan bahwa *tax avoidance* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Selain profitabilitas, *tax avoidance*, manajemen laba merupakan tindakan untuk mencapai tujuan tertentu, salah satunya agar laba perusahaan terlihat seperti yang diharapkan maka dilakukan manipulasi, dan tindakan tersebut sangat berpengaruh bagi para *stakeholder*. Dengan mengubah laporan keuangan sehingga dapat menyesatkan *stakeholder*, merupakan suatu manajemen laba yang dilakukan oleh para menejer dengan menyusun dan merekayasa suatu laporan keuangan perusahaan (Manik et al., 2020). Dampak yang ditimbulkan dari manajemen laba bukan hanya berdampak pada *stakeholder*, akan tetapi juga akan berdampak kepada pemilik perusahaan (Erawati et al., 2021).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Utpala et al., 2021) dan (Mahesti et al., 2019), menunjukkan bahwa manajemen laba berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Akan tetapi sebaliknya penelitian



yang dilakukan oleh (Manik et al., 2020) dan (Erawati et al., 2021), menunjukkan bahwa manajemen laba tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Ukuran Perusahaan merupakan faktor selain profitabilitas, *tax avoidance*, manajemen laba. Untuk melihat ukuran perusahaan maka dapat dikategorikan kedalam tiga kelompok diantaranya besar, sedang dan kecil (Aulia et al., 2020). Perusahaan besar merupakan suatu entitas yang banyak disoroti, besar kecilnya suatu skala ukuran perusahaan merupakan karakteristik yang dimiliki oleh perusahaan (Aldina et al., 2020).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Sekarwigati et al., 2019) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negative terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan dalam penelitian (Rosa et al., 2020), (Aulia et al., 2020), dan (Suprasto et al., 2019) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Akan tetapi dalam penelitian yang dilakukan oleh (Indriyani et al., 2020), (Erawati et al., 2021), dan (Apriyanti et al., 2018), menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Untuk menjelaskan lebih lanjut mengenai *Corporate Social Responsibility*, maka Variabel Independen Profitabilitas, *Tax Avoidance*, Manajemen Laba, Ukuran Perusahaan, dan Umur Perusahaan juga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi tingkat pengungkapan CSR. Umur perusahaan terlihat dari lamanya perusahaan tersebut didirikan dan telah lama beroperasi, memiliki kinerja yang baik sehingga mampu untuk bersaing dalam waktu yang lama, menunjukkan karakteristik umur perusahaan (Indriyani et al., 2020). Kemampuan untuk tetap bertahan dan bersaing di dalam bisnis akan menunjukkan lamanya umur suatu entitas bisnis (Aulia et al., 2020).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Suprasto et al., 2019) dan (Fatwara et al., 2022), menunjukkan bahwa umur perusahaan pada berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Akan tetapi sebaliknya penelitian

yang dilakukan oleh (Indriyani et al., 2020), (Aulia et al., 2020), dan (Safrianti, 2020), menunjukkan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Penelitian ini merupakan gabungan dari beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh (Indriyani et al., 2020) yang dijadikan sebagai jurnal utama dengan variabel profitabilitas berpengaruh positif, dan didukung oleh penelitian (Yovana et al., 2020) dengan variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif dan variabel umur perusahaan berpengaruh positif yang didukung oleh penelitian (Fatwara et al., 2022). Untuk melihat lebih jauh faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi CSR, maka terdapat penambahan variabel *tax avoidance* berpengaruh positif yang didukung oleh penelitian (Ermaya et al., 2020), dan variabel manajemen laba berpengaruh positif yang didukung oleh penelitian (Mahesti et al., 2019).

Variabel-variabel yang diteliti merupakan gabungan dari beberapa penelitian terdahulu yang menjadikan variabel Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, *Tax Avoidance*, dan Manajemen Laba sebagai variabel independen. Sedangkan pada variabel dependen yang digunakan yaitu *Corporate Social Responsibility*. Subjek yang diteliti merupakan perusahaan manufaktur atau industri yang kegiatan operasinya berhubungan dengan pengelolaan sumber daya alam maupun yang tidak mengelola sumberdaya alam tetapi memiliki pengaruh terhadap fungsi sumberdaya alam (Indriyani et al., 2020). Sedangkan CSR sebagai objek yang diteliti untuk melihat apakah pengungkapannya sudah sesuai dengan peraturan undang-undang Perseroan Terbatas (PT) (Mughtar et al., 2020). Perbedaan penelitian ini pada penelitian sebelumnya adalah pada periode pengamatan yang di gunakan. Pada penelitian ini periode pengamatan yang penulis gunakan yaitu periode tahun 2018-2021.

Penelitian ini termotivasi dari latar belakang yang telah di uraikan di atas, penulis ingin melakukan penelitian lebih mendalam mengenai “Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Penghindaran Pajak, dan Manajemen Laba Terhadap *Corporate Social Responsibility*”.



## 1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis uraikan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Pengaruh Pofitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility*?
2. Bagaimana Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility*?
3. Bagaimana Pengaruh Umur Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility*?
4. Bagaimana Pengaruh *Tax Avoidance* Terhadap *Corporate Social Responsibility*?
5. Bagaimana Pengaruh Manajemen Laba Terhadap *Corporate Social Responsibility*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis uraikan, maka penulis memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Umur Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Tax Avoidance* terhadap *Corporate Social Responsibility*.
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Manajemen Laba terhadap *Corporate Social Responsibility*.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah penulis uraikan, maka manfaat yang dapat diperoleh adalah sebagai berikut :

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Penulis berharap hasil dari penelitian yang diberi judul (Pengaruh Karakteristik Perusahaan, *Tax Avoidance*, dan Manajemen Laba Terhadap *Corporate Social Responsibility*), yang dilakukan oleh penulis dapat menjadi bahan acuan untuk pengembangan ilmu ekonomi khususnya dibidang akuntansi, serta dapat di jadikan sebagai bahan gagasan baru untuk para peneliti selanjutnya dimasa mendatang (Indriyani et al., 2020).

### 1.4.2 Manfaat Praktisi

- a. Manfaat dari hasil penelitian ini bagi Perusahaan, diharapkan dapat memberikan acuan kepada perusahaan agar lebih bijak dalam pengungkapan CSR bagi lingkungan sekitar, dan memberikan arahan serta ketersadaran kepada perusahaan bahwa pentingnya melakukan kegiatan CSR sebagai bentuk tanggung jawab dan kepedulian bagi *stakeholder* yang terdampak oleh aktivitas perusahaan (Indriyani et al., 2020).
- b. Manfaat hasil dari penelitian ini bagi investor, diharapkan dapat menjadi gambaran bagi investor untuk melihat serta menilai kesesuaian dan kemampuan tanggung jawab yang diberikan perusahaan kepada masyarakat sekitar, sebagai acuan dalam menentukan kebijakan investasi yang akan dilakukan dimasa mendatang (Indriyani et al., 2020).

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

Untuk menjelaskan keterkaitan variabel-variabel serta untuk memberikan informasi mengenai setiap variabel yang di teliti maka dibutuhkan sebuah landasan teori. Untuk variabel yang diteliti pada penelitian ini adalah Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, *Tax Avoidance*, dan Manajemen Laba yang apakah dapat mempengaruhi pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, dan apakah pengimplementasiannya sudah sesuai dengan peraturan pemerintah.

##### 2.1.1 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori Legitimasi merupakan sebuah teori yang mengidentifikasikan bahwa untuk mempertahankan *going concern*-nya, perusahaan dan masyarakat akan menjalin sebuah ikatan sosial melalui kegiatan CSR yang dilakukan oleh persahaan (Aldina et al., 2020). Teori ini menekankan bahwa interaksi yang dilakukan oleh perusahaan harus berfokus pada norma-norma yang berlaku, sehingga kegiatan yang di lakukan bisa dapat selaras dengan adanya nilai-nilai yang ada di masyarakat sekitar.

Agar aktivitas operasional perusahaan dapat diterima oleh masyarakat sekitar dengan tingkat perilaku eksternal yang selalu berubah-ubah, maka perusahaan harus dapat selalu meyakinkan masyarakat bahwa tindakan mereka sudah sesuai dengan norma-norma yang ada di lingkungan sekitar (Mahesti et al., 2019). Sebuah kegiatan tanggung jawab sosial yang dilaksanakan oleh perusahaan, merupakan wujud pertanggungjawaban entitas kepada *stakeholder* yang ada didalam dunia bisnis (Putri et al., 2020). Teori Legitimasi hanya berfokus pada hubungan perusahaan dan masyarakat.

Perusahaan yang melakukan CSR mengidentifikasikan bahwa perusahaan telah menjalin kontrak sosial antara perusahaan kepada pihak *stakeholder* (Ismainingtyas et al., 2020). Hal tersebut merupakan hubungan *symbiosis mutualism*, dimana kegiatan tersebut merupakan serangkaian tindakan yang saling

menguntungkan pihak yang satu dan pihak yang lain (Herdi et al., 2020). Perusahaan yang melaksanakan pengungkapan tanggung jawab sosial bertujuan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi masyarakat, teori legitimasi ini merupakan salah satu teori yang mendasari pengungkapan CSR.

## 2.2 Variabel Penelitian

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility*, sedangkan variabel independen yang digunakan adalah profitabilitas, ukuran perusahaan, umur perusahaan, *tax avoidance*, dan manajemen laba.

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

Berbagai dampak yang disebabkan oleh aktivitas perusahaan yang menjadikan dampak tersebut menjadi masalah yang harus benar-benar diperhatikan. Perusahaan yang mampu mengendalikan dan mengelola aset yang baik akan mampu memenuhi kewajibannya dan meningkatkan modal perusahaan. Dengan modal yang kuat perusahaan akan mampu memperluas kegiatan operasionalnya dan mampu untuk menunaikan tanggung jawab sosialnya, dengan di dukung oleh kekuatan sumberdaya yang dimiliki perusahaan itu sendiri (Herdi et al., 2020). Akan tetapi perusahaan biasanya memanfaatkan kegiatan CSR untuk menarik perhatian para investor agar mau menyuntikan dana sebagai penanaman modal kepada perusahaan, oleh karenanya perusahaan harus benar-benar merealisasikan dan memperhatikan kegiatan pelaksanaan CSR agar tujuannya dapat tercapai.

Pengungkapan CSR adalah proses komunikasi yang dilakukan perusahaan kepada publik atas kegiatan tanggung jawab sosialnya dalam mengelola lingkungan, sosial, dan ekonomi masyarakat (Indriyani et al., 2020). *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan dalam dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan, dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan, dan menitik beratkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Penekanan dalam pemberian tanggung jawab sosial ini harus memperhatikan unsur keseimbangan dan keadilan bagi para *stakeholder* (Yovana et al., 2020).

Perusahaan harus berhati-hati dalam mengambil keputusan dalam melaksanakan pertanggung jawaban sosial kepada lingkungan sekitar, karena keputusan yang salah bisa saja merusak citra baik perusahaan di mata para *stakeholder*.

*Corporate Social Responsibility* dilaporkan dalam laporan keberlanjutan yang menggunakan standar *Global Reporting Initiative* (GRI), yang merupakan organisasi non pemerintah yang mendukung pelaporan kegiatan sosial, lingkungan dan tata kelola yang dilakukan oleh perusahaan (Indriyani et al., 2020). Untuk menghasilkan laporan keberlanjutan relevan, andal dan terstandarisasi, maka digunakan pedoman GRI-G4 untuk mempermudah perusahaan dalam menyusun laporan keberlanjutan.

### **2.2.2 Profitabilitas**

Profitabilitas merupakan salah satu variabel yang sangat mempengaruhi pengungkapan CSR, profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari kegiatan operasional perusahaan (Aldina et al., 2020). Profitabilitas memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosial kepada para *stakeholder*. faktor pendorong manajemen dalam pengungkapan CSR dengan fleksibel kepada masyarakat, dengan memiliki profitabilitas yang baik mampu melancarkan kegiatan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan CSR (Indriyani et al., 2020).

Profitabilitas dapat memperlihatkan baik dan tidaknya prospek entitas bisnis kedepannya, dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka waktu yang panjang. Profitabilitas merupakan faktor yang sangat penting terhadap kelangsungan hidup perusahaan, untuk mempertahankan eksistensinya perusahaan harus selalu berada pada keadaan yang menguntungkan (Ismainingtyas et al., 2020).

Semakin baik rasio profitabilitas menunjukkan tingkat profitabilitas semakin baik, karena tingkat kembalinya return semakin besar (Mughtar et al., 2020). Perolehan laba atas dasar total asset yang dimiliki merupakan indikator untuk menganalisa kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba (Putri et al., 2020).



Profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut (Herdi et al., 2020). Pengukuran profitabilitas dapat menggunakan indikator *Return On Asset* (ROA), dengan alasan bahwa aset adalah akun yang paling stabil dan fokus pada kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba (Indriyani et al., 2020). Indikator ROA juga digunakan untuk mengetahui perolehan laba oleh perusahaan atas total aset yang dimiliki perusahaan (Putri et al., 2020).

Diadopsi dari (Apriyanti et al., 2018) pengukuran pengungkapan CSR diukur dengan menggunakan rumus ROA yang merupakan rumus komprehensif untuk mengetahui profitabilitas perusahaan. Rumus ROA yaitu membandingkan laba bersih setelah pajak dengan total aset.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Ersyafdi et al., 2019), pengukuran rasio profitabilitas yang digunakan tidak hanya ROA saja, akan tetapi juga menggunakan pengukuran *Basic Earning Power* (BEP) dan *Return On Equity* (ROE).

Sedangkan pengukuran yang digunakan oleh (Suprasto et al., 2019) menggunakan proksi *Gross Profit Margin* karena untuk menghindari laba bersih perusahaan yang bersifat negative.

### **2.2.3 Ukuran Perusahaan**

Skala ukuran perusahaan dilihat dari seberapa besar total kepemilikan aset, kemampuan penjualan, banyaknya karyawan dan kapitalisasi pasar perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan yang besar dapat menggambarkan kondisi keuangan yang baik, sehingga memungkinkan perusahaan lebih banyak melakukan kegiatan CSR (Indriyani et al., 2020). Semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin besar pula tuntutan dari masyarakat dalam hal pelaksanaan kegiatan CSR. Ukuran perusahaan yang besar akan lebih dikenal publik dengan dampak operasionalnya juga sangat luas terhadap masyarakat.

Data yang digunakan menggunakan sampel dari laporan tahunan perusahaan dan diukur berdasarkan total seluruh aset yang dimiliki oleh perusahaan, yang dirumuskan dalam *natural log of total aset* dari setiap perusahaan (Manik et al.,

2020). Ukuran besar kecilnya suatu perusahaan dinyatakan dalam total aset yang dimiliki oleh perusahaan, pengukuran ukuran perusahaan dapat menggunakan indikator logaritma natural.

Penggunaan indikator Ln Total Aset bertujuan agar perbedaan ukuran perusahaan yang besar dan perusahaan yang kecil dapat terminimalisir (Indriyani et al., 2020). Untuk menghindari tingginya nilai yang dihasilkan, maka digunakan pengukuran logaritma natural (Suprasto et al., 2019). Apabila terjadi heteroskedastisitas (ketidaksamaan *variance*) pada dua variabel, maka digunakan transformasi logaritma natural untuk mengatasi apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari pengamatan satu ke pengamatan yang lain (Aulia et al., 2020).

#### 2.2.4 Umur Perusahaan

Lamanya perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya merupakan ukuran dari umur perusahaan. Perusahaan yang memiliki umur yang lama biasanya lebih banyak memberikan informasi-informasi kepada masyarakat tentang daya saing dan kinerja yang baik yang dimiliki perusahaan tersebut (Fatwara et al., 2022). Informasi yang diberikan juga mempunyai kredibilitas yang tinggi karena melihat dari segi profesionalitas dan pengalaman yang telah dijalani perusahaan. Investor akan memberikan tingkat kepercayaan yang tinggi kepada perusahaan, apabila perusahaan terus dapat meningkatkan eksistensinya (Fatwara et al., 2022).

Umur Perusahaan mengacu pada mempertahankan eksistensinya, yang akan terlihat ketika dalam mempertahankan usahanya akan mengalami berbagai ancaman, hambatan, dan kesulitan sehingga menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan keberlangsungannya (Fatwara et al., 2022). Perusahaan yang sudah berumur akan selalu memberikan pengaruh positif terhadap pihak eksternal, dengan melaksanakan pengungkapan CSR terhadap pihak eksternal untuk menjaga legitimasinya kepada *stakeholder*.

Menurut (Indriyani et al., 2020), dalam penelitiannya perusahaan yang telah lama didirikan cenderung memiliki komitmen yang kuat dalam melakukan kegiatan



CSR dan pengungkapannya. Perusahaan akan menunjukkan tentang apa yang tengah diraih atau yang akan diraih merupakan bagian dari dokumentasi perusahaan (Aulia et al., 2020). Pengukuran umur perusahaan ini menggunakan tahun sejak perusahaan terdaftar atau *listing* di BEI hingga tahun penelitian (Indriyani et al., 2020). Dengan menghitung berdasarkan waktu sejak perusahaan tersebut *listing*, sampai dengan perusahaan tersebut menjadi sampel bahan penelitian (Safrianti, 2020).

### 2.2.5 *Tax Avoidance*

Pajak merupakan tuntutan wajib yang harus dibayar oleh perusahaan berdasarkan peraturan pemerintah, sebagai jenis pajak penghasilan yang diperoleh wajib pajak yang memperoleh penghasilan. Faktor lain yang dianggap dapat mempengaruhi perusahaan dalam pengungkapan CSR yaitu upaya perusahaan untuk mengurangi pajak yang dikenal dengan istilah *tax avoidance* (Ermaya et al., 2020). Melakukan penekanan serendah-rendah mungkin dengan merekayasa beban pajak dengan memanfaatkan peraturan pajak yang ada (Ermaya et al., 2020). Perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR dianggap mampu menekan beban pajak yang di tanggung oleh perusahaan. Penghindaran pajak merupakan aktivitas yang diperbolehkan untuk mengurangi beban pajak. Perusahaan menganggap pajak merupakan suatu beban yang sangat mengurangi keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan.

Untuk menekan jumlah tanggungan pajak per tahun yang tinggi biasanya perusahaan akan lebih sering melakukan penghindaran pajak baik dengan cara legal maupun illegal, salah satunya dengan cara legal dengan melakukan pengungkapan CSR dalam jumlah yang lebih banyak sesuai dengan ketentuan peraturan undang-undang yang berlaku (Ermaya et al., 2020). jika suatu perusahaan memiliki jumlah laba yang besar sejalan dengan beban pajak yang ditanggungkan sangat besar akan mempengaruhi perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR yang lebih banyak guna untuk melakukan penekanan pajak. *Tax Avoidance* merupakan pemanfaatan kelemahan dalam peraturan perundang-undangan merupakan cara yang legal dan aman digunakan oleh wajib pajak, karena tidak melawan ketentuan

perpajakan (Ermaya et al., 2020). Hal tersebut merupakan upaya yang dilakukan perusahaan untuk memperkecil jumlah beban pajak yang terutang.

*Tax Avoidance* dapat diukur dengan *Effective Tax Rates* (ETR), *Cash Effective Tax Rate* (CETR) dan *Current Effective Tax Rate* (CuETR). CETR akan menunjukkan seberapa pajak yang telah benar dibayarkan. CuETR akan memperlihatkan besaran pajak yang telah terlepas dari pajak tangguhan dan pajak final. Sedangkan ETR merupakan besaran presentasi tarif pajak yang sedang ditanggung perusahaan. Semakin besar perusahaan dalam membayar pajak, maka semakin besar pula ETR yang mengartikan bahwa tindakan *Tax Avoidance* semakin rendah (Mashuri, 2019). Pengukuran dengan menggunakan *Effective Tax Rates* (ETR), karena dengan nilai ETR yang tinggi menjelaskan tingkat penghindaran pajak yang rendah, hal tersebut akan menunjukkan arah yang berlawanan antara ETR dan penghindaran pajak (Rachim et al., 2021). Rumus ETR menggunakan perbandingan beban pajak yang dimiliki perusahaan dengan total laba sebelum pajak perusahaan, rumus CETR menggunakan tarif pajak efektif cash dibandingkan dengan jumlah pembayaran pajak laba sebelum pajak, dan rumus CuETR menggunakan perbandingan pajak kini perusahaan dengan laba sebelum pajak.

### 2.2.6 Manajemen Laba

Manajemen laba menurut (Erawati et al., 2021), Manajemen laba tidak hanya berdampak pada pemilik perusahaan, melainkan juga bagi para *stakeholder*. Kegiatan memanipulasi laba yang dilakukan oleh manajemen perusahaan merupakan serangkaian kegiatan manajemen laba untuk mencapai tujuannya secara efisien. Proksi *Discretionary Accrual* dalam manajemen laba adalah suatu cara untuk mengurangi pelaporan laba yang sulit dideteksi melalui manipulasi kebijakan akuntansi yang berkaitan dengan dengan *Accrual*.

Dalam penelitian (Erawati et al., 2021), manajemen laba dalam penelitiannya menggunakan proksi *Discretionary Accrual*. Pengukuran *Discretionary Accrual* dengan menggunakan *Modified Jones Model* merupakan salah satu cara yang digunakan manajer perusahaan dalam mempermainkan besar kecilnya laba dengan

metode pengukuran *Discretionary Accrual*, karena manajer mempunyai kewajiban untuk mensejahterakan pemegang saham perusahaan yang dikelolanya.

### 2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan sudah banyak dilakukan oleh para peneliti terdahulu. Namun yang penulis temui tidak banyak peneliti yang membahas *Tax Avoidance*, Manajemen Laba, Dan Umur Perusahaan apakah dapat mempengaruhi dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dari hasil penelitian terdahulu menjelaskan hasil yang berhubungan dengan hasil penelitian yang penulis teliti. Terdapat beberapa hasil penelitian berikut yang dilakukan oleh para peneliti terdahulu, yaitu :

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Judul Penelitian	Objek Pengamatan	Variabel dan Teknik Analisis	Hasil Penelitian
1.	<p>Judul : Analisa Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Pada Emiten Saham Syariah</p> <p>Peneliti : 1. Evan Hamzah Muchtar 2. Erni Purwatiningsih</p> <p>Tahun : 2020 (Muchtar et al.,</p>	<p>Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI Dengan 76 Populasi Pengamatan Dan 19 Sampel Pada Periode Pengamatan 2015-2018</p>	<p>Dependen : 1. <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Independen : 1. Ukuran Perusahaan 2. <i>Lverage</i> 3. Profitabilitas 4. Likuiditas</p> <p>Teknik Analisis : 1. Regresi Data Panel</p>	<p>1. Ukuran Perusahaan Memberikan Pengaruh Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>2. <i>Lverage</i> Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>3. Profitabilitas Tidak Berpengaruh Signifikan</p>

	2020)			<p>Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>4. Likuiditas Memberikan Pengaruh Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p>
2.	<p>Judul : Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>, Sebuah <i>Study Empiris</i> Perusahaan Manufaktur</p> <p>Peneliti : 1. Kurnia Putri 2. Fitra Dharma 3. Dewi Sukmasari</p> <p>Tahun : 2020 (Putri et al., 2020)</p>	<p>Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Dengan 432 Populasi Pengamatan Dan 411 Sampel Pada Periode Pengamatan 2016-2018</p>	<p>Dependen : 1. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Independen : 1. Dewan Komisaris 2. Profitabilitas 3. Media Exposure 4. Kepemilikan Asing</p> <p>Teknik Analisis : 1. Analisis Statistik Deskriptif 2. Pengujian Hipotesis</p>	<p>1. Dewan Komisaris Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>2. Profitabilitas Tidak Berpengaruh Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>3. Media Exposure Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>4. Kepemilikan Asing Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p>

3.	<p>Judul : Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Didalam Perusahaan <i>Food And Beverage</i></p> <p>Peneliti : 1. Lisa Agatha Kartika Rosa 2. Andri Octaviani</p> <p>Tahun : 2020 (Rosa et al., 2020)</p>	<p>Perusahaan <i>Food and Beverage</i> Yang Terdaftar Di BEI Dengan 78 Populasi Pengamatan Dan 66 Sampel Pada Periode Pengamatan 2017-2019</p>	<p>Dependen : 1. <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Independen : 1. Profitabilitas 2. <i>Leverage</i> 3. Ukuran Perusahaan</p> <p>Teknik Analisis : 3. Uji Analisis Statistik Deskriptif 4. Uji Hipotesis</p>	<p>1. Profitabilitas Berpengaruh Negatif Dan Signifikan Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>2. <i>Leverage</i> Berpengaruh Negatif Dan Signifikan Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>3. Ukuran Perusahaan Berpengaruh Positif Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p>
4.	<p>Judul : Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Peneliti : 1. Berty Ismaingtyas 2. Bambang Suryono 3. Wahidahwati</p> <p>Tahun : 2020</p>	<p>Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI Dengan 105 Sampel Pada Periode Pengamatan 2013-2017</p>	<p>Dependen : 1. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Independen : 1. Ukuran Dewan Komisaris 2. Komite Audit 3. Kepemilikan Institusional 4. Kepemilikan Manajerial 5. Media Exposure</p>	<p>1. Ukuran Dewan Komisaris Tidak Berpengaruh Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>2. Komite Audit Tidak Berpengaruh Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>3. Kepemilikan Institusional Tidak Berpengaruh</p>



	(Ismainingtyas et al., 2020)		<p>6. Kinerja Lingkungan</p> <p>7. Leverage</p> <p>8. Size</p> <p>9. Profitabilitas</p> <p>Teknik Analisis :</p> <p>1. Uji Analisis Statistik Deskriptif</p> <p>2. Uji Hipotesis</p>	<p>Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>4. Kepemilikan Manajerial Tidak Berpengaruh Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>5. Media Exposure Berpengaruh Positif Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>6. Kinerja Lingkungan Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>7. Leverage Tidak Berpengaruh Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>8. Size Tidak Berpengaruh Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>9. Profitabilitas Berpengaruh</p>
--	------------------------------	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

				Positif Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>
5.	<p>Judul : Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> Dan Komposisi Dewan Komisaris Independent Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Peneliti : 1. Fitri Herdi 2. Erinos NR Tahun : 2020 (Herdi et al., 2020)</p>	Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI Dengan 50 Sampel Pada Periode Pengamatan 2014-2018	<p>Dependen : 1. <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Independen : 1. Profitabilitas 2. <i>Leverage</i> 3. Komposisi Dewan Komisaris Independen</p> <p>Teknik Analisis : 1. Uji Analisis Statistik Deskriptif 2. Uji Hipotesis</p>	<p>1. Profitabilitas Berpengaruh Positif Tidak Signifikan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>2. <i>Leverage</i> Berpengaruh Negatif Tidak Signifikan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>3. Komposisi Dewan Komisaris Independent Berpengaruh Negatif Tidak Signifikan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i></p>
6.	<p>Judul : Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Peneliti :</p>	Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI Dengan 44 Sampel Pada Periode Pengamatan 2015-2018	<p>Dependen : 1. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Independen : 1. Profitabilitas 2. Ukuran Perusahaan 3. Umur Perusahaan</p>	<p>1. Profitabilitas Berpengaruh Positif Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>2. Ukuran Perusahaan Tidak Berpengaruh Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p>



	<p>1. Ai Desy Indriyani</p> <p>2. Willy Sri Yuliandhari</p> <p>Tahun : 2020</p> <p>(Indriyani et al., 2020)</p>		<p>Teknik Analisis :</p> <p>1. Uji Analisis Statistik Deskriptif</p> <p>2. Regresi Data Panel</p> <p>3. Uji Hipotesis</p>	<p>3. Umur Perusahaan Tidak Berpengaruh Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p>
7.	<p>Judul : Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Peneliti : 1. Betrinasih Aldina 2. Suprihatmi Sri Wardiningsih 3. Setyaningsih Sri Ningsih</p> <p>Tahun : 2020</p> <p>(Aldina et al., 2020)</p>	<p>Perusahaan Pertumbuhan Yang Terdaftar Di BEI Dengan 49 Populasi Pengamatan Dan 11 Sampel Pada Periode Pengamatan 2015-2018</p>	<p>Dependen : 1. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Independen : 1. Ukuran Perusahaan 2. <i>Leverage</i> 3. Profitabilitas</p> <p>Teknik Analisis : 1. Uji Analisis Statistik Deskriptif 2. Uji Hipotesis</p>	<p>1. Ukuran Perusahaan Berpengaruh Signifikan Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>2. <i>Leverage</i> Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>3. Profitabilitas Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p>
8.	<p>Judul : Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, Dan <i>Leverage</i></p>	<p>Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI Dengan 45 Sampel Pada Periode Pengamatan 2014-2017</p>	<p>Dependen : 1. <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Independen : 1. Ukuran Perusahaan</p>	<p>1. Ukuran Perusahaan Berpengaruh Positif Signifikan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p>

	<p>Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Peneliti : 1. Dina Gledis Yovana 2. Abdul Kadir</p> <p>Tahun : 2020 (Yovana et al., 2020)</p>		<p>2. Pertumbuhan Perusahaan 3. Profitabilitas 4. <i>Leverage</i></p> <p>Teknik Analisis : 1. Uji Analisis Statistik Deskriptif 2. Uji Hipotesis</p>	<p>2. Pertumbuhan Perusahaan Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>3. Profitabilitas Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>4. <i>Leverage</i> Berpengaruh Negatif Signifikan Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p>
9.	<p>Judul : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Peneliti : 1. Vinola Herawaty</p> <p>Tahun : 2020 (Herawaty, 2020)</p>	<p>Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Dengan 429 Populasi Pengamatan Dan 93 Sampel Pada Periode Pengamatan 2016-2018</p>	<p>Dependen : 1. <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Independen : 1. <i>Leverage</i> 2. Profitabilitas 3. Jenis Industri 4. Kepemilikan Asing 5. Ukuran Perusahaan</p>	<p>1. <i>Leverage</i> Berpengaruh Positif Terhadap Luas Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>.</p> <p>2. Profitabilitas Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Luas Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>.</p>

			<p>Teknik Analisis :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uji Hipotesis</li> <li>2. Uji Analisis Statistik Deskriptif</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Tipe Industri Berpengaruh Positif Terhadap Luas Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>.</li> <li>4. Kepemilikan Asing Berpengaruh Positif Terhadap Luas Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></li> </ol>
10.	<p>Judul : Faktor Yang Memengaruhi Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Peneliti : 1. Maulida Isfi Aulia 2. Aini</p> <p>Tahun : 2020 (Aulia et al., 2020)</p>	<p>Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Dengan 50 Sampel Pada Periode Pengamatan 2015-2019</p>	<p>Dependen :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></li> </ol> <p>Independen :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Umur Perusahaan</li> <li>2. Ukuran Perusahaan</li> <li>3. Profitabilitas</li> <li>4. Ukuran Dewan Komisaris</li> <li>5. Kepemilikan Manajerial</li> </ol> <p>Teknik Analisis :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uji Runs Test</li> <li>2. Uji Hipotesis</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Umur Perusahaan Tidak Berpengaruh Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></li> <li>2. Ukuran Perusahaan Berpengaruh Positif Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>.</li> <li>3. Profitabilitas Tidak Berpengaruh Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></li> <li>4. Dewan Komisaris Tidak Berpengaruh Terhadap Pengungkapan</li> </ol>

				<p><i>Corporate Social Responsibility.</i></p> <p>5. Kepemilikan Manajerial Berpengaruh Negatif Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p>
11.	<p>Judul : Pengaruh Kepemilikan Manajerial , Ukuran Perusahaan, Manajemen Laba Dan Komite Audit Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Peneliti : 1. Teguh Erawati 2. Lia Indah Sari</p> <p>Tahun : 2021</p> <p>(Erawati et al., 2021)</p>	<p>Perusahaan <i>Food and Beverage</i> Yang Terdaftar Di BEI Dengan 130 Populasi Pengamatan Dan 40 Sampel Pada Periode Pengamatan 2015-2019</p>	<p>Dependen : 1. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Independen : 1. Kepemilikan Manajerial 2. Ukuran Perusahaan 3. Manajemen Laba 4. Komite Audit</p> <p>Teknik Analisis : 1. Uji Hipotesis</p>	<p>1. Kepemilikan Manajerial Berpengaruh Positif Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>2. Ukuran Perusahaan Tidak Memiliki Berpengaruh Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>3. Manajemen Laba Tidak Berpengaruh Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>4. Komite Audit Bepengaruh Positif Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p>
12.	<p>Judul : Pengaruh Manajemen</p>	<p>Perusahaan Manufaktur Yang</p>	<p>Dependen : 1. Pengungkapan <i>Corporate</i></p>	<p>1. Manajemen Laba Yang Dalam Penelitian</p>

	<p>Laba Dan Mekanisme <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Dibursa Efek Indonesia</p> <p>Peneliti :  1. Triva Maria Manik  2. Meily Surianti  3. Asianna Martini Simarmata</p> <p>Tahun : 2020  (Manik et al., 2020)</p>	<p>Terdaftar Di BEI Dengan 559 Populasi Pengamatan Dan 43 Sampel Pada Periode Pengamatan 2012-2016</p>	<p><i>Social Responsibility</i></p> <p>Independen :  1. Manajemen Laba  2. Ukuran Komite Audit  3. Proporsi Dewan Komisaris Independen  4. Ukuran Perusahaan</p> <p>Teknik Analisis :  1. Uji Analisis Statistik Deskriptif  2. Uji Hipotesis</p>	<p>Ini Menggunakan Proksi <i>Discretionary Accrual</i> Tidak Memiliki Berpengaruh Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>2. Ukuran Komite Audit Dalam Penelitian Ini Tidak Memiliki Pengaruh Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>3. Proporsi Dewan Komisaris Independen Dalam Penelitian Ini Memiliki Pengaruh Negatif Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>4. Ukuran Perusahaan Dalam Penelitian Ini Memiliki Pengaruh Positif Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p>
13.	<p>Judul :  Pengaruh Media <i>Exposure</i>, Kinerja</p>	<p>Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di</p>	<p>Dependen :  1. Pengungkapan <i>Corporate Social</i></p>	<p>1. Media <i>Exposure</i> Tidak Berpengaruh Terhadap</p>



	<p>Keuangan, Dan <i>Tax Avoidance</i> Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>.</p> <p>Peneliti : 1. Ninnu Rachim 2. Rahmasari Fahri 3. Dewi Darmastuti</p> <p>Tahun : 2021 (Rachim et al., 2021)</p>	<p>BEI Dengan 90 Sampel Pada Periode Pengamatan 2017-2019</p>	<p><i>Responsibility</i></p> <p>Independent : 1. Media <i>Exposure</i> 2. Kinerja Keuangan 3. <i>Tax Avoidance</i></p> <p>Teknik Analisis : 1. Uji Analisis Statistik Desriptif 2. Uji Hipotesis</p>	<p>Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>2. Kinerja Keuangan Tidak Berpengaruh Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>3. <i>Tax Avoidance</i> Tidak Berpengaruh Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p>
14.	<p>Judul : Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Likuiditas Terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i></p> <p>Peneliti : 1. Mega Sekarwigati 2. Bahtiar Effendi</p> <p>Tahun : 2019 (Sekarwigati et al., 2019)</p>	<p>Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI Dengan 38 Sampel Pada Periode Pengamatan 2014-2016</p>	<p>Dependen : 1. <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i></p> <p>Independent : 1. Ukuran Perusahaan 2. Profitabilitas 3. Likuiditas</p> <p>Teknik Analisis : 1. Uji Hipotesis</p>	<p>1. Ukuran Perusahaan Berpengaruh Negatif Signifikan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i></p> <p>2. Profitabilitas Tidak Berpengaruh Terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i></p> <p>3. Likuiditas Berpengaruh Negatif Signifikan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i></p>



15.	<p>Judul : Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktu Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2013-2016)</p> <p>Peneliti : 1. Nur Gandhi Mahesti 2. Zulaikha Tahun : 2019 (Mahesti et al., 2019)</p>	<p>Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Dengan 564 Populasi Pengamatan Dan 280 Sampel Pada Periode Pengamatan 2013-2016</p>	<p>Dependen : 1. <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Independent : 1. Manajemen Laba</p> <p>Teknik Analisis : 3. Nalaisis Statistik Deskriptif 4. Uji Hipotesis</p>	<p>1. Manajemen Laba Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p>
16.	<p>Judul : Pengaruh Agresivitas Pajak Dan Media <i>Exposure</i> Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi</p> <p>Peneliti : 1. Ayunita Ajengtiyas</p>	<p>Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Dengan 210 Populasi Pengamatan Dan 80 Sampel Pada Periode Pengamatan 2014-2018</p>	<p>Dependen : 1. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Independent : 1. Agresivitas Pajak 2. Media <i>Exposure</i> 3. Profitabilitas</p> <p>Teknik Analisis : 1. Uji Analisis Statistik</p>	<p>1. Agresivitas Pajak Berpengaruh Secara Positif Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>. 2. Media <i>Exposure</i> Berpengaruh Secara Positif Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>. 3. Profitabilitas Diukur Dengan Menggunakan <i>Return On Asset</i></p>

	<p>Saputri Mashuri</p> <p>2. Husnah Nur Laela Ermaya</p> <p>Tahun : 2020</p> <p>(Ermaya et al., 2020)</p>		<p>Deskriptif</p> <p>2. Uji Hipotesis</p>	<p>Mampu Memperlemah Agresivitas Pajak, Dan Mampu Juga Untuk Memperkuat Media <i>Exposure</i> Untuk Mempengaruhi Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>.</p>
17.	<p>Judul :</p> <p>Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan <i>Sales Growth</i> Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (Studi Empiris Pada Perusahaan Indeks Lq 45 Non-Kuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014- 2016)</p> <p>Peneliti :</p> <p>1. Aslika Apriyanti 2. Willy Sri Yuliandhari, S.E.,Ak.,M.M</p> <p>Tahun : 2018</p> <p>(Apriyanti et al., 2018)</p>	<p>Perusahaan Indeks LQ45 Yang Terdaftar Di BEI Dengan 39 Sampel Pada Periode Pengamatan 2014-2016</p>	<p>Dependen :</p> <p>1. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Independent :</p> <p>1. Ukuran Perusahaan 2. Profitabilitas 3. <i>Sales Growth</i></p> <p>Teknik Analisis :</p> <p>1. Uji Analisis Statistik Deskriptif 2. Persamaan Regresi Data Panel 3. Uji Hipotesis</p>	<p>1. Ukuran Perusahaan Tidak Berpengaruh Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>2. Profitabilitas Tidak Berpengaruh Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>3. <i>Sales Growth</i> Berpengaruh Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p>

18.	<p>Judul : Pengaruh Karakteristik Perusahaan Pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan</p> <p>Peneliti : 1. Herkulanus Bambang Suprasto 2. Angelia Putri Surya Haryanti</p> <p>Tahun : 2019 (Suprasto et al., 2019)</p>	<p>Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI Dengan 567 Populasi Pengamatan Dan 110 Sampel Pada Periode Pengamatan 2015-2017</p>	<p>Dependen : 1. <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i></p> <p>Independent : 1. Umur Perusahaan 2. Ukuran Perusahaan 3. Profitabilitas Dewan Komisaris</p> <p>Teknik Analisis : 1. Uji Analisis Statistik Deskriptif</p>	<p>1. Umur Perusahaan Berpengaruh Positif Pada <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> 2. Ukuran Perusahaan Berpengaruh Positif Pada <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> 3. Profitabilitas Tidak Terbukti Berpengaruh Pada <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> 4. Ukuran Dewan Komisaris Tidak Terbukti Berpengaruh Pada <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i></p>
19.	<p>Judul : Pengaruh Manajemen Laba, Kinerja Keuangan Dan <i>Military Connection</i> Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) (Studi Empiris Pada Perusahaan Mining Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia</p>	<p>Perusahaan <i>Mining</i> Yang Terdaftar Di BEI Dengan 100 Sampel Pada Periode Pengamatan 2016-2019</p>	<p>Dependen : 1. <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Independent : 1. Manajemen Laba 2. <i>Return On Aset</i> 3. <i>Return On Equity</i> 4. <i>Military Connection</i></p>	<p>1. Manajemen Laba Berpengaruh Positif Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> 2. <i>Return On Asset</i> Berpengaruh Positif Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> 3. <i>Return On Equity</i> Berpengaruh Positif Terhadap Pengungkapan</p>

	<p>Tahun 2016-2019)</p> <p>Peneliti :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Clara Galuh Utpala</li> <li>2. Agustinus Santosa Adiwibowo</li> </ol> <p>Tahun : 2021</p> <p>(Utpala et al., 2021)</p>		<p>Teknik Analisis :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uji Hipotesis</li> <li>2. Uji Analisis Statistik Deskriptif</li> </ol>	<p><i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>4. <i>Military Connection</i> Berpengaruh Positif Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p>
20.	<p>Judul :</p> <p>Analisis Faktor <i>Corporate Social Responsibility</i> Dipengaruhi Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan Dan Profitabilitas (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Pada Indeks Lq 45 Bursa Efek Indonesia</p> <p>Peneliti :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Medy Desma Fatwara</li> <li>2. Ahmad Nurdin Hasibuan</li> <li>3. LM Nursalam</li> <li>4. Zara Tania Rahmadi</li> </ol>	<p>Perusahaan Indeks LQ45 Yang Terdaftar Di BEI Dengan 32 Sampel Pada Periode Pengamatan 2016-2019</p>	<p>Dependen :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Corporate Social Responsibility</i></li> </ol> <p>Independent :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ukuran Perusahaan</li> <li>2. Umur Perusahaan</li> <li>3. Profitabilitas</li> </ol> <p>Teknik Analisis :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uji Hipotesis</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ukuran Perusahaan Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i></li> <li>2. Umur Perusahaan Berpengaruh Positif Secara Signifikan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i></li> <li>3. Profitabilitas Tidak Berpengaruh Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i></li> </ol>

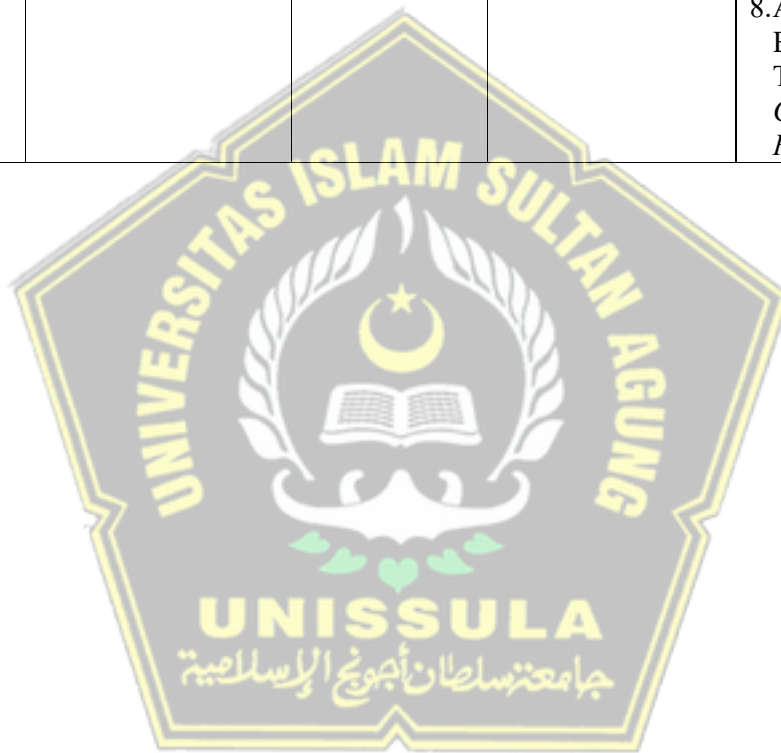
	Tahun : 2022  (Fatwara et al., 2022)			
21.	<p>Judul : Moderasi Profitabilitas Pada Pengaruh Agresivitas Pajak Dan <i>Leverage</i> Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Peneliti : 1. Ayunita Ajengtiyas Saputri Mashuri</p> <p>Tahun : 2019 (Mashuri, 2019)</p>	<p>Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Dengan 80 Sampel Pada Periode Pengamatan 2014-2018</p>	<p>Dependen : 1. <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Independent : 1. Agresivitas Pajak 2. <i>Leverage</i> 3. Profitabilitas Memoderasi Agresivitas Pajak 4. Profitabilitas Memoderasi <i>Leverage</i></p> <p>Teknik Analisis : 1. Uji Hipotesis 2. Uji Analisis Statistik Deskriptif</p>	<p>1. Agresivitas Pajak Berpengaruh Secara Positif Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>2. <i>Leverage</i> Tidak Berpengaruh Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>3. Profitabilitas Diukur Dengan Menggunakan <i>Return On Asset</i> Mampu Memoderasi Agresivitas Namun Tidak Mampu Memoderasi <i>Leverage</i> Untuk Mempengaruhi Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>.</p>
22.	<p>Judul : Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Umur Perusahaan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> Pada</p>	<p>Perusahaan Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar Di BEI Dengan 28 Sampel Pada Periode Pengamatan 2013-2019</p>	<p>Dependen : 1. <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Independent : 1. Ukuran Perusahaan 2. Umur Perusahaan</p>	<p>1. Ukuran Perusahaan Berpengaruh Signifikan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i></p> <p>2. Umur Perusahaan Tidak Berpengaruh</p>



	<p>Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2013-2019</p> <p>Peneliti : 1. Sintia Safrianti</p> <p>Tahun : 2020</p> <p>(Safrianti, 2020)</p>		<p>Teknik Analisis : 1. Uji Analisis Statistik Deskriptif, 2. Uji Hipotesis</p>	<p>Signifikan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i></p>
23.	<p>Judul : Pengaruh Faktor Keuangan, Tata Kelola Perusahaan, Agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Peneliti : 1. Ilham Ramadhan Ersyafdi 2. Putri Widya Dwi Irianti</p> <p>Tahun : 2020</p> <p>(Ersyafdi et al., 2019)</p>	<p>Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Dengan 121 Sampel Pada Periode Pengamatan 2009-2019</p>	<p>Dependen : 1. <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Independent : 1. Ukuran Perusahaan 2. Solvabilitas 3. Profitabilitas 4. Kepemilikan Manajerial 5. Kepemilikan Institusional 6. Komite Audit 7. Komisaris Independen 8. Agresivitas Pajak</p> <p>Teknik Analisis : 1. Uji Hipotesis</p>	<p>1. Ukuran Perusahaan Tidak Berpengaruh Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> 2. Solvabilitas Tidak Berpengaruh Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> 3. Profitabilitas Berpengaruh Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> 4. Kepemilikan Manajerial Berpengaruh Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> 5. Kepemilikan Institusional Tidak Berpengaruh Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> 6. Komite Audit</p>



				Berpengaruh Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> 7. Komisaris Independen Tidak Berpengaruh Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> 8. Agresivitas Pajak Berpengaruh Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>
--	--	--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



## **2.4 Pengembangan Hipotesis**

### **2.4.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility***

Kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba yang baik akan mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam meningkatkan tanggung jawab sosialnya (Sekarwigati et al., 2019). Profitabilitas yang tinggi akan mempengaruhi tingkat Dividen yang diberikan kepada pemegang saham. Semakin besar tingkat Profitabilitas, maka itu akan menunjukkan aktivitas keuangan yang membaik karena tingkat kembali *return* semakin besar (Mughtar et al., 2020). Apabila tingkat profitabilitas meningkat, maka tingkat ROA perusahaan akan semakin meningkat, sehingga akan berdampak pada peningkatan laba yang dapat dibagikan kepada pemegang saham. Profitabilitas yang tinggi mempengaruhi jumlah dana yang dimiliki untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial, dan juga tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan akan memberikan kontribusi untuk mengurangi pandangan negatif publik pada perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu terdapat pengaruh yang positif, profitabilitas terhadap pengungkapan CSR diantaranya hasil penelitian yang dilakukan oleh (Indriyani et al., 2020), dan (Ersyafdi et al., 2019). Memberikan hasil yang positif bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Tingginya profitabilitas yang di peroleh oleh perusahaan akan sangat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

**H1 : Profitabilitas Berpengaruh Positif Terhadap *Corporate Social Responsibility***

### **2.4.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility***

Besar kecilnya ukuran perusahaan sangat mempengaruhi dari tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Menurut (Indriyani et al., 2020), Perusahaan yang besar akan mendapat tuntutan yang lebih banyak dari masyarakat untuk melaksanakan kegiatan CSR dan pengungkapannya. Hal ini karena perusahaan yang besar memberikan dampak yang besar juga bagi masyarakat dan

lingkungan sekitar (Suprasto et al., 2019). Karena dilihat dari segi dampak operasional perusahaan yang sangat luas membuat masyarakat lebih mengenali perusahaan yang mempunyai ukuran skala besar. Perusahaan dengan jumlah kekayaan yang tinggi akan melaksanakan tanggung jawabnya lebih luas lagi untuk mengurangi resiko dan tuduhan-tuduhan negatif yang akan diterima perusahaan, dengan sumber kekayaan perusahaan yang besar dapat memungkinkan perusahaan untuk menambah pengungkapan CSR yang akan diberikan kepada masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu terdapat pengaruh yang positif ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR diantaranya penelitian yang dilakukan oleh (Rosa et al., 2020), (Aulia et al., 2020), (Manik et al., 2020) dan (Suprasto et al., 2019). Memberikan hasil yang positif bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan yang besar memberikan dampak yang besar terhadap lingkungan dan dengan jumlah kekayaan yang tinggi memungkinkan perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

**H2 : Ukuran Perusahaan Berpengaruh Positif Terhadap *Corporate Social Responsibility***

#### **2.4.3 Pengaruh Umur Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility***

Semakin lama perusahaan beroperasi menunjukkan tingginya tingkat umur perusahaan tersebut. Kegiatan operasional yang dilakukan perusahaan harusnya tidak semata-mata untuk kepentingan dan keuntungan pribadi, akan tetapi juga harus mempunyai hubungan yang baik dan memperhatikan kepentingan masyarakat publik. Menurut (Indriyani et al., 2020), perusahaan yang telah lama didirikan cenderung memiliki kesadaran untuk melakukan kegiatan CSR dan pengungkapannya agar memperoleh kepercayaan dari pihak eksternal dan mampu bertahan ditengah persaingan yang semakin kuat. Oleh karenanya perusahaan yang sudah lama beroperasi akan mempunyai tingkat ketersadaran terhadap pengungkapan CSR karena mempunyai eksistensi yang sudah lama dikenal publik.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu terdapat pengaruh yang positif umur perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Penelitian yang dilakukan oleh (Suprasto et al., 2019), dan (Fatwara et al., 2022). memberikan hasil yang positif bahwa umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

**H3 : Umur Perusahaan Berpengaruh Positif Terhadap *Corporate Social Responsibility***

#### **2.4.4 Pengaruh *Tax Avoidance* Terhadap *Corporate Social Responsibility***

Berdasarkan PP No. 93 tahun 2010, terdapat beberapa biaya yang dapat dijadikan pengurang dari penghasilan bruto dalam menghitung beban pajak bagi wajib pajak diantaranya, sumbangan atas fasilitas pendidikan, sumbangan untuk penelitian dan pengembangan, sumbangan penanggulangan bencana, sumbangan pembinaan olahraga, dan biaya pembangunan biaya infrastruktur sosial (<https://www.online-pajak.com>). Perusahaan yang mempunyai beban pajak yang besar biasanya akan melaksanakan kegiatan CSR, karena menurutnya mampu mengurangi beban pajak yang ditanggungnya. *Tax avoidance* (penghindaran pajak) adalah tindakan sebagai upaya untuk mengurangi jumlah pembayaran pajak secara legal dan aman tanpa melanggar ketentuan perpajakan yang berlaku (Ermaya et al., 2020). Jika suatu perusahaan memiliki jumlah laba yang besar sejalan dengan beban pajak yang ditanggungkan sangat besar akan mempengaruhi perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR yang lebih banyak guna untuk melakukan penekanan pajak. Apabila perusahaan melakukan pengungkapan CSR hal ini dianggap mampu menekan beban pajak yang ditanggung perusahaan sesuai dengan peraturan pemerintah (Ermaya et al., 2020). Untuk menekan jumlah tanggungan pajak per tahun yang tinggi biasanya perusahaan akan lebih sering melakukan pengungkapan CSR dalam jumlah yang lebih banyak yang berdasarkan PP No. 93 tahun 2010.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu terdapat pengaruh yang positif, *Tax Avoidance* terhadap pengungkapan CSR diantaranya penelitian yang dilakukan oleh

(Mashuri, 2019), dan (Ermaya et al., 2020). Memberikan hasil yang positif bahwa *Tax Avoidance* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Tingginya *Tax Avoidance* yang dilakukan oleh perusahaan akan sangat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

**H4 : *Tax Avoidance* Berpengaruh Positif Terhadap *Corporate Social Responsibility***

#### **2.4.5 Pengaruh Manajemen Laba Terhadap *Corporate Social Responsibility***

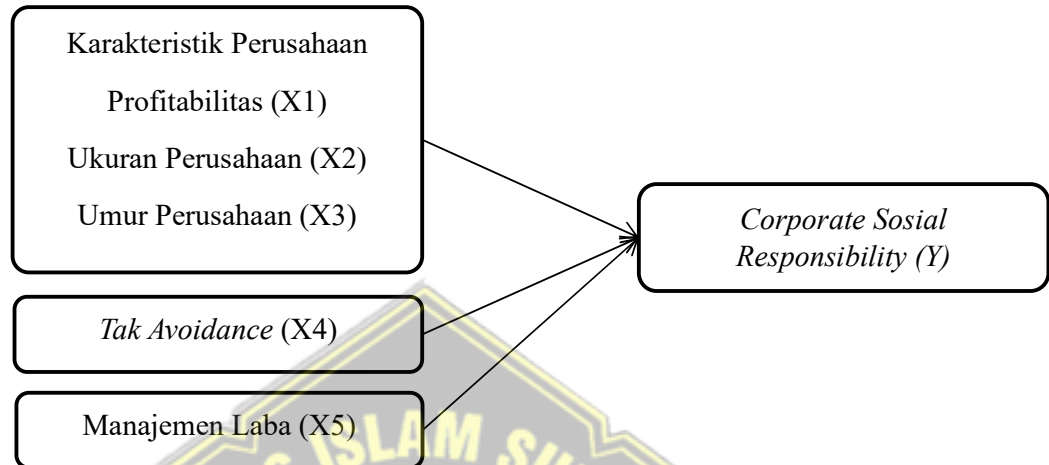
Kegiatan memanipulasi data angka-angka pada pelaporan keuangan untuk mempengaruhi hasil kontrak sehingga data tersebut dapat menyesatkan *stakeholder* merupakan aktivitas manajemen laba yang dilakukan oleh pihak manajemen. Aktivitas dari perusahaan tersebut memiliki dampak yang sangat berpengaruh terhadap masyarakat sekitar, sehingga apa yang dilakukan oleh perusahaan tersebut akan kembali lagi kemasyarakat (Erawati et al., 2021). Manajemen laba yang dilakukan perusahaan akan terungkap dengan cara empiris, meskipun tindakan tersebut ditutupi dengan kegiatan pengungkapan CSR (Utpala et al., 2021).

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu terdapat pengaruh yang positif, Manajemen Laba terhadap pengungkapan CSR diantaranya penelitian yang dilakukan oleh (Mahesti, 2019) dan (Utpala et al., 2021). Memberikan hasil yang positif bahwa Manajemen Laba berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Untuk membentuk citra yang baik dimata *stakeholder*, maka perusahaan akan melakukan pengungkapan tanggungjawab sosial yang memiliki tujuan untuk menutupi tindakan manajemen laba. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

**H5 : Manajemen Laba Berpengaruh Positif Terhadap *Corporate Social Responsibility***

## 2.5 Kerangka Penelitian

### Kerangka Penelitian



Gambar 2.1





## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif, yang dimana datanya berupa angka-angka yang digunakan untuk untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, *Tax Avoidance*, dan Manajemen Laba yang di gunakan sebagai Variabel Independen dan Variabel Dependennya terhadap *Corporate Sosial Responsibility* (Herdi et al., 2020).

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

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan perusahaan manufaktur atau industri yang biasanya banyak menyebabkan pengaruh negatif terhadap lingkungan sekitar akibat dari kegiatan operasional perusahaan. Populasi yang digunakan merupakan perusahaan manufaktur atau industri yang terdaftar di BEI selama 4 periode yaitu di tahun 2018 sampai 2021 dengan teknik *purposive sampling* (Indriyani et al., 2020). Adapun pertimbangan kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu :

1. Perusahaan manufaktur atau industri yang mempublikasikan laporan tahunan di setiap laman resmi secara konsisten selama periode tahun 2018-2021.
2. Perusahaan manufaktur atau industri yang beroperasi di indonesia dengan menggunakan satuan mata uang rupiah.
3. Perusahaan manufaktur atau industri yang mempunyai data-data yang lengkap berkaitan dengan variabel yang sedang di teliti.

#### **3.3 Sumber dan Jenis Data**

Data dalam penelitian ini bersumber dari ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)) yang merupakan data sekunder yang di ambil dari laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dengan memuat laporan keuangan yang dimulai pada periode tahun 2018-2021 (Aulia et al., 2020).

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari data sekunder laporan keuangan tahunan yang di kumpulkan dengan metode dokumentasi, mengumpulkan, memilah serta mempelajari data-data yang akan digunakan dalam proses penelitian (Manik et al., 2020).

### 3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan enam variabel yang terdiri dari satu variabel dependen atau terikat dan lima variabel independen atau bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (Y), sedangkan variabel independen dalam penelitian ini yaitu Profitabilitas (X1), Ukuran Perusahaan (X2), Umur Perusahaan (X3), *Tax Avoidance* (X4), Manajemen Laba (X5).

#### 3.5.1 Corporate Social Responsibility

Kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan merupakan bentuk komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan kepada masyarakat sekitar terhadap dampak sosial yang di timbulkan oleh kegiatan ekonomi yang dilakukan perusahaan (Indriyani et al., 2020). Instrument yang di ungkapkan dalam setiap item CSR diberi nilai 0 jika tidak diungkapkan, dan nilai 1 jika diungkapkan. Berdasarkan *Global Reporting Initiative* (GRI-G4) dengan pertimbangan 91 indikator diperoleh dari ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)) yang terdiri dari beberapa kategori yaitu :

1. Kategori Ekonomi
2. Kategori Lingkungan
3. Kategori Sosial (dengan Sub-Kategori)
  - a. Praktek Ketenaga Kerjaan dan Kenyamanan Bekerja
  - b. Hak Asasi Manusia
  - c. Masyarakat
  - d. Tanggung Jawab Atas Produk

Pengukuran dapat menggunakan rasio pengungkapan CSR dengan mencocokkan pada *check list item* dalam indikator GRI-G4 yang di cocokkan dengan item yang di ungkapkan perusahaan pada laporan tahunan (Mahesti et al., 2019).

Selanjutnya untuk mengukur indeks CSR dibutuhkan total nilai pengungkapan, dan adapun rumus rasio pengungkapan CSR adalah sebagai berikut (Indriyani et al., 2020).

$$CSR_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan :

CSR<sub>j</sub> : *Corporate Social Responsibility* Perusahaan j

X<sub>ij</sub> : 1 = item yang di ungkapkan; 0 = item yang tidak diungkapkan

n<sub>j</sub> : indikator

Terlampir 1 : Indeks GRI-G4

### 3.5.2 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio dalam mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan *financial* dari kegiatan usaha yang dilakukan. Profitabilitas merupakan faktor yang sangat penting terhadap kelangsungan hidup perusahaan, untuk mempertahankan eksistensinya perusahaan harus selalu berada pada keadaan yang menguntungkan (Ismainingtyas et al., 2020). Dalam penelitian ini pengukuran yang di proksikan dalam mengukur profitabilitas dengan menggunakan *Return On Asset* (ROA), dari persentase laba bersih setelah pajak perusahaan dibandingkan dengan total asset perusahaan. Alasan penggunaan rumus ROA yaitu bahwa aset adalah akun yang paling stabil dan fokus pada kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba (Indriyani et al., 2020). Adapun rumus untuk mengukur profitabilitas adalah sebagai berikut.

$$Return\ On\ Assets = \frac{Laba\ Bersih\ Setelah\ pajak}{Total\ Asset} \times 100\%$$

### 3.5.3 Ukuran Perusahaan

Perusahaan yang besar terlihat dari seberapa baik kondisi keuangannya, serta terlihat dari total penjualan, total asset, jumlah karyawan yang dimiliki dan kapitalisasi pasarnya. Ukuran perusahaan yang besar dapat menggambarkan kondisi keuangan yang baik, sehingga memungkinkan perusahaan lebih banyak melakukan kegiatan CSR (Indriyani et al., 2020). Dalam penelitian ini pengukuran menggunakan proksi *Size*, dari Ln (seluruh total aset perusahaan). Alasannya karena apabila terjadi heteroskedastisitas (ketidaksamaan *variance*) pada dua variabel, maka digunakan transformasi logaritma natural untuk mengatasi apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari pengamatan satu ke pengamatan yang lain (Aulia et al., 2020). Adapun rumus untuk mengukur manajemen laba adalah sebagai berikut :

$$Size = \text{Logarithm natural (Total Asset)}$$

### 3.5.4 Umur Perusahaan

Untuk melihat umur perusahaan akan terlihat dari kemampuan bersaing dan kinerja yang telah dicapai serta keberadaannya yang sangat dikenal oleh publik. Umur Perusahaan mengacu pada mempertahankan eksistensinya, yang akan terlihat ketika dalam mempertahankan usahanya akan mengalami berbagai ancaman, hambatan, dan kesulitan sehingga menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan keberlangsungannya (Fatwara et al., 2022). Dalam penelitian ini pengukuran menggunakan proksi Umur Perusahaan, dari tahun penelitian dikurangi dengan tahun perusahaan terdaftar atau listing di BEI (Indriyani et al., 2020). Alasannya karena untuk mengetahui jumlah umur perusahaan hanya dengan menghitung tahun penelitian pada objek perusahaan dengan mengurangkan dengan tahun objek perusahaan listing di BEI (Suprasto et al., 2019). Adapun rumus untuk mengukur manajemen laba sebagai berikut :

$$\text{Umur Perusahaan} = \text{Tahun Penelitian} - \text{Tahun Perusahaan Terdaftar di BEI}$$

### 3.5.5 *Tax Avoidance*

Dalam upaya untuk mengurangi beban pajak berdasarkan PP No. 93 tahun 2010 terdapat beberapa biaya yang dapat dijadikan pengurang dari penghasilan bruto dalam menghitung beban pajak bagi wajib pajak. Maka perusahaan akan cenderung untuk melakukan kegiatan CSR untuk mengurangi beban pajak yang akan dibayarkan kepada pemerintah (<https://www.online-pajak.com>). Dalam penelitian ini pengukuran yang di proksikan dalam mengukur *tax avoidance* dengan menggunakan *Effective Tax Rates* (ETR), dari beban pajak perusahaan dibandingkan dengan laba sebelum pajak perusahaan (Rachim et al., 2021). Alasannya karena semakin besar perusahaan membayar pajak, diikuti dengan nilai ETR yang rendah dan menjelaskan bahwa tingkat perilaku penghindaran pajak yang tinggi, hal tersebut akan menunjukkan arah yang berlawanan antara ETR dan penghindaran pajak (Ermaya et al., 2020). Adapun rumus untuk mengukur tax avoidance adalah sebagai berikut :

$$\text{Effective Tax Rates} = \frac{\text{Tax Expense}}{\text{Earning Before Tax}}$$

### 3.5.6 *Manajemen Laba*

Agar menarik perhatian publik dan stakeholder dengan memberikan citra yang baik, maka manajemen akan cenderung untuk melakukan manipulasi laba terhadap laporan tahunan perusahaan. Kegiatan memanipulasi laba yang dilakukan oleh manajemen perusahaan merupakan serangkaian kegiatan untuk mencapai tujuannya secara efisien, dan tindakan tersebut akan sangat berdampak menyedatkan bagi pemilik dan stakeholder yang ingin mengetahui kinerja ekonomi perusahaan (Erawati et al., 2021). Dalam penelitian ini pengukuran menggunakan proksi *Discretionary Accrual* (DA), dari total akrual dibandingkan dengan total akrual periode t-1. Alasannya karena proksi *Discretionary Accrual* dalam manajemen laba adalah suatu cara untuk mengurangi pelaporan laba yang sulit dideteksi melalui manipulasi kebijakan akuntansi yang berkaitan dengan dengan *Accrual* (Manik et al., 2020). Adapun rumus untuk mengukur manajemen laba adalah sebagai berikut :

$$\text{Discretionary Accrual} = \frac{\text{Total Accruals}}{\text{Total Accruals } t-1} - \text{Non-Discretionary Accrual}$$

Terdapat beberapa langkah dalam pengukuran *Discretionary Accrual* dengan menggunakan *Modified Jones Model* (Erawati et al., 2021) adalah sebagai berikut.

### 1. Menghitung Total AkruaL.

$$\text{TAC}_{it} = \text{NI}_{it} - \text{CFO}_{it}$$

Keterangan :

TAC<sub>it</sub> : Total AkruaL pada perusahaan i periode ke t (sekarang)

NI<sub>it</sub> : Net Income pada perusahaan i periode ke t (sekarang)

CFO<sub>it</sub> : Cash Flow Of Operation pada perusahaan i periode ke t (sekarang)

### 2. Menentukan koefisien dari regresi akruaL.

$$\text{TAC}_{it}/\text{A}_{it-1} = \beta_1 (1/\text{A}_{it-1}) + \beta_2 (\Delta\text{REV}_{it}/\text{A}_{it-1}) + \beta_3 (\text{PPE}_{it}/\text{A}_{it-1})$$

Keterangan :

A<sub>it-1</sub> : Total Aset pada perusahaan i ke tahun t (sekarang)

ΔREV<sub>it</sub> : Perubahan pendapatan pada perusahaan i ke tahun t (sekarang)

PPE<sub>it</sub> : Total aktiva tetap pada perusahaan i ke tahun t (sekarang)

### 3. Menentukan *Non-Discretionary Accrual*.

$$\text{NDA}_{it} = \beta_1 (1/\text{A}_{it-1}) + \beta_2 (\Delta\text{REV}_{it}/\text{A}_{it-1}) - (\Delta\text{REC}_{it}/\text{A}_{it-1}) + \beta_3 (\text{PPE}_{it}/\text{A}_{it-1})$$

Keterangan :

NDA<sub>it</sub> : *Non-Discretionary Accrual* perusahaan i pada tahun ke t (sekarang)

ΔREC<sub>it</sub> : Perubahan piutang pada perusahaan i pada tahun ke t (sekarang)

### 4. Menentukan *Discretionary Accrual*

$$\text{DA}_{it} = (\text{TAC}_{it}/\text{A}_{it-1}) - \text{NDA}_{it}$$

Keterangan :

DA<sub>it</sub> : *Discretionary Accrual* pada perusahaan i ke tahun t (sekarang)



### 3.6 Teknik Analisis Data

Tahap pengujian berupa analisis data dilakukan ketika tahap pengumpulan dan pemilihan data telah dilakukan. Teknik Analisa dalam penelitian ini adalah :

#### 3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan data dari semua variabel yang akan dimasukkan dalam model penelitian yang dilihat dari nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata (mean), median, dan standar deviasi (Yovana e al., 2020). Untuk menganalisis data dari variabel maka perlu adanya penggunaan statistik deskriptif agar informasi yang disajikan berupa data kuantitatif dapat di peroleh dengan jelas dan mudah untuk dipahami.

#### 3.6.2 Pengujian Hipotesis

##### 3.6.2.1 Analisis Regresi Berganda

Untuk menganalisa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, maka digunakan suatu metode statistika yang akan menggambarkan hubungan dua atau lebih variabel yang bersifat bebas atau indenpenden terhadap terikat atau dependen, selain untuk melihat hubungan, analisis regresi juga digunakan untuk meramal atau memprediksikan kondisi variabel dimasa mendatang (Utpala et al., 2021). Untuk menguji pengaruh karakteristik variabel independent (bebas) terhadap variabel dependen (terikat), maka diperlukan pengukuran analisis regresi. Menggunakan analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh variabel indenpenden terhadap variabel dependen (Herawaty, 2020). Teknik analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis satu atau lebih variabel independent untuk menjelaskan tentang ketergantungan variabel dependen (Ermaya et al., 2020). Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$CSR = \alpha + \beta PROF + \beta TA + \beta ML + \beta UKP + \beta UmP + e$$

Keterangan :

CSR : *Corporate Social Responsibility*

$\alpha$  : Konstanta

PROF : Profitabilitas

TA : *Tax Avoidance*

ML : Manajemen Laba

UkP : Ukuran Perusahaan

UmP : Umur Perusahaan

e : Error

### 3.6.2.1.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memilih ketepatan model dan agar hasil penelitian memiliki kriteria, penelitian yang menggunakan model regresi linier berganda wajib dilakukan uji asumsi klasik (Yovana et al., 2020). Adapun kriteria uji asumsi klasik adalah sebagai berikut :

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah didalam model regresi variabel independen dan variabel dependen mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Jika kedua variabel tidak terdistribusi secara normal maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Untuk melihat normal dan tidaknya maka perlu dilakukan uji Kolmogorov-smirnov untuk melihat angka signifikan  $> 0,05$  yang berarti data terdistribusi dengan normal (Mahesti et al., 2019).

#### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dibuat untuk menguji apakah model regresi dalam penelitian ini terdapat korelasi antar variabel bebas indeviden. Seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas untuk menghasilkan model regresi yang baik (Safrianti 2020). Dan untuk mengetahui apakah ada hubungan

korelasi antar variabel indeviden dapat dilihat dengan nilai tolerance dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Apabila nilai *tolerance*  $\geq 0,10$  dan  $VIF \leq 10$  maka bisa dikatakan tidak terdapat multikolinearitas pada penelitian tersebut, jika nilai *tolerance* kurang dari atau sama dengan 0,10 maka terjadi gangguan pada multikolinearitas pada penelitian tersebut (Mahesti et al., 2019).

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari pengamatan satu kepengamatan yang lain (Herdi et al., 2020). Jika dari hasil pengamatan *variance* residual yang pengamatan satu kepengamatan lain tetap maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas (Manik et al., 2020). Model regresi yang baik yaitu yang memiliki *varian* yang sama yaitu homokedastisitas, untuk mendeteksi ada dan tidaknya heteroskedastisitas maka perlu di uji dengan uji *glejser* yaitu suatu uji meregres nilai absolut residual (AbsUi) terhadap variabel independent (Mahesti et al., 2019).

### d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pangangu pada periode t dengan pengganggu periode sebelumnya t-1 (Mahesti et al., 2019). Jika terdapat korelasi maka diidentifikasi terdapat masalah autokorelasi, model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi (Manik et al., 2020). Autokorelasi muncul karna adanya observasi yang berurutan sepanjang waktu dan berkaitan satu sama lain. Untuk menguji ada tidaknya autokorelasi, maka penelitian ini menggunakan metode uji *Durbin-Watson* (DW-test) dengan menggunakan titik krisis yaitu batas bawah dl dan batas atas du (Safrianti 2020).

### 3.6.2.1.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji kelayakan dari sebuah model regresi untuk melihat apakah model yang dipergunakan dalam penelitian layak atau tidak, dan mengukur seberapa jauh variabel independent menjelaskan variabel dependen secara simultan/bersama-sama (Fatwara et al., 2022).

#### 1. Hipotesis yang akan diuji :

$H_0 : \beta_i = 0$ , Artinya bahwa semua variabel independent secara simultan bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

$H_a : \beta_i \neq 0$ , artinya bahwa semua variabel independent secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

#### 2. Tingkat signifikansi :

Uji t dapat dilihat melalui nilai signifikansi pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini menggunakan standar  $\alpha = 5\%$  (0,05).

#### 3. Kriteria keputusan :

- a. Jika nilai signifikan  $F < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya ada pengaruh simultan antara variabel independent terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikan  $F > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya tidak ada pengaruh simultan antara variabel independent terhadap variabel dependen.

### 3.6.2.1.3 Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Untuk mengukur seberapa kuat model regresi dalam menggambarkan variasi variabel dependen maka diperlukan pengujian uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) (Safrianti 2020). Untuk mengetahui seberapa besar kah nilai persentase untuk mengetahui kontribusi variabel dependen dan variabel independent. Apabila nilai koefisien determinasi mendekati satu, maka terdapat indikasi bahwa variabel independent dapat memberikan informasi untuk memprediksi variabel dependen

(Manik et al., 2020). Apabila nilai koefisiensi determinasi sama dengan satu, maka terdapat indikasi korelasi yang kuat dan positif antara kedua variable. Apabila nilai koefisiensi determinasi semakin kecil, variable independent mempunyai keterbatasan untuk menjelaskan variabel dependen atau bahkan kedua variabel sama sekali tidak mempunyai hubungan (Mahesti et al., 2019).

#### 3.6.2.1.4 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)

Untuk menguji seberapa jauh pengaruh dan signifikan variabel independen diantaranya Profitabilitas, *Tax Avoidance*, Manajemen Laba, Ukuran Perusahaan, dan Umur Perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, dan mengukur seberapa jauh variabel independent menjelaskan variabel dependen secara parsial/individual (Manik et al., 2020).

1. Hipotesis yang akan diuji :

$H_0 : \beta_i = 0$ , Artinya bahwa semua variabel independent secara parsial bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

$H_a : \beta_i \neq 0$ , artinya bahwa semua variabel independent secara parsial merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

2. Tingkat signifikansi :

Uji t dapat dilihat melalui nilai signifikansi pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini menggunakan standar  $\alpha = 5\%$  (0,05)

3. Kriteria keputusan

- a. Jika nilai signifikan  $t < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya ada pengaruh parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikan  $t > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya tidak ada pengaruh parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Deskripsi Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan populasi yang diambil dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia), dan telah beroperasi dalam waktu yang lama. Sebagai bahan penelitian penulis menggunakan populasi perusahaan manufaktur yang telah terdaftar di BEI setidaknya dari tahun 2018 – 2021 dan diperoleh populasi sebanyak 214 perusahaan. Berdasarkan metode yang sudah ditetapkan oleh penulis yaitu metode *purposive sampling* dengan menggunakan kriteria tertentu, maka diperoleh sampel akhir sebanyak 35 perusahaan. Berdasarkan pengamatan selama 4 tahun diperoleh data sebanyak 140 data.

**Table 4.1**  
**Kriteria Pengambilan Sampel**

No.	Keterangan	Jumlah Perusahaan
1.	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia selama periode 2018–2021.	214
2.	Perusahaan manufaktur atau industri yang tidak mempublikasikan laporan tahunan disetiap laman resmi secara konsisten selama periode tahun 2018-2021.	(75)
3.	Perusahaan manufaktur atau industri yang beroperasi di indonesia tidak dengan menggunakan satuan mata uang rupiah.	(26)
4.	Perusahaan manufaktur atau industri yang tidak mempunyai data-data yang lengkap berkaitan dengan variabel yang sedang di teliti.	(78)
5.	Sampel penelitian	35



## 4.2 Teknik Analisis Data

### 4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif akan memberikan sebuah pengujian statistik yang dapat memberikan gambaran umum data dan variabel – variabel yang digunakan pada sebuah penelitian. Untuk melihat hasil analisis statistik deskriptif dapat dilihat dari nilai minimal, maksimal, median, mean dan dari standar deviasi variabel sebuah penelitian. Dalam penelitian ini terdapat variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, umur perusahaan, *tax avoidance*, manajemen laba serta *Corporate Social Responsibility*. Berikut data yang telah di olah dan tersaji pada tabel dibawah ini :

**Table 4.2**  
**Statistik Deskriptif**

Variabel	Minimum	Maximum	Mean	Median	Std. Deviation
Prof	0,00028	0,36362	0,0671016	0,0525234	0,05748440
UkP	26,43236	32,82039	28,7585083	28,5378910	1,50467000
UmP	0,00000	32,00000	16,0142857	22,0000000	11,50100760
TA	0,00167	2,34258	0,2988545	0,2487188	0,25674700
ML	-56,59579	20,69713	0,2907432	0,0146790	6,57585165
CSR	0,60440	0,94505	0,7543956	0,7472527	0,05933048

Sumber : Data Yang Diolah

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabel Profitabilitas memiliki nilai minimum 0,00028, nilai maximum sebesar 0,36362, dan nilai median 0,0525234, sedangkan nilai rata-ratanya sebesar 0,0671016, lebih besar dari Standar Deviasi sebesar 0,05748440. Hal ini menunjukkan bahwa penyebaran data variabel Profitabilitas baik karena penyebaran data nilainya tidak bervariasi. Rata-

rata (mean) Profitabilitas lebih besar dari nilai median artinya bahwa perusahaan sampel mempunyai nilai rata-rata Profitabilitas yang tinggi.

Variabel Ukuran Perusahaan memiliki nilai minimum 26,43236, nilai maximum sebesar 32,82039, dan nilai median 28,5378910, sedangkan nilai rata-ratanya sebesar 28,7585083, lebih besar dari Standar Deviasi sebesar 1,50467000. Hal ini menunjukkan bahwa penyebaran data variabel Ukuran Perusahaan baik karena penyebaran data nilainya tidak bervariasi. Rata-rata (mean) Ukuran Perusahaan lebih besar dari nilai median artinya bahwa perusahaan sampel mempunyai nilai rata-rata Ukuran Perusahaan yang tinggi.

Variabel Umur Perusahaan memiliki nilai minimum 0,00000, nilai maximum sebesar 32,00000, dan nilai median 22,0000000, sedangkan nilai rata-ratanya sebesar 16,0142857, lebih besar dari Standar Deviasi sebesar 11,50100760. Hal ini menunjukkan bahwa penyebaran data variabel Umur Perusahaan baik karena penyebaran data nilainya tidak bervariasi. Rata-rata (mean) Umur Perusahaan lebih kecil dari nilai median artinya bahwa perusahaan sampel mempunyai nilai rata-rata Umur Perusahaan yang rendah.

Variabel *Tax Avoidance* memiliki nilai minimum 0,00167, nilai maximum sebesar 2,34258, dan nilai median 0,2487188, sedangkan nilai rata-ratanya sebesar 0,2988545, lebih besar dari Standar Deviasi sebesar 0,25674700. Hal ini menunjukkan bahwa penyebaran data variabel *Tax Avoidance* baik karena penyebaran data nilainya tidak bervariasi. Rata-rata (mean) *Tax Avoidance* lebih besar dari nilai median artinya bahwa perusahaan sampel mempunyai nilai rata-rata *Tax Avoidance* yang tinggi.

Variabel Manajemen Laba memiliki nilai minimum -56,59579, nilai maximum sebesar 20,69713, dan nilai median 0,0146790, sedangkan nilai rata-ratanya sebesar 0,2907432, lebih kecil dari Standar Deviasi sebesar 6,57585165. Hal ini menunjukkan bahwa penyebaran data variabel Manajemen Laba kurang baik karena penyebaran data nilainya bervariasi. Rata-rata (mean) Manajemen Laba lebih besar

dari nilai median artinya bahwa perusahaan sampel mempunyai nilai rata-rata Manajemen Laba yang tinggi.

Variabel *Corporate Social Responsibility* memiliki nilai minimum 0,60440, nilai maximum sebesar 0,94505, dan nilai median 0,7472527, sedangkan nilai rata-ratanya sebesar 0,7543956, lebih besar dari Standar Deviasi sebesar 0,05933048. Hal ini menunjukkan bahwa penyebaran data variabel *Corporate Social Responsibility* baik karena penyebaran data nilainya tidak bervariasi. Rata-rata (mean) *Corporate Social Responsibility* lebih besar dari nilai median artinya bahwa perusahaan sampel mempunyai nilai rata-rata *Corporate Social Responsibility* yang tinggi.

#### 4.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik menggunakan analisis regresi linier berganda agar mendapatkan hasil analisis yang dapat memenuhi kriteria penelitian, yaitu kriteria *Best, Linear, Unbiased, Estimator* (BLUE)

##### 4.3.1 Uji Normalitas

Sederhananya uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah ada hasil dari data yang sedang diteliti, dan hasil tersebut bersifat normal atau tidak. Data yang bisa dikatakan normal jika nilai Asymp. Sig (2-tailed) model *Kolmogorov-Smirov* > 0,05 yang mengartikan bahwa data tersebut telah terdistribusi dengan normal.

**Table 4.3**  
**Hasil Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>	
N	140
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200

Sumber : Data Yang Diolah

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 yang artinya nilai tersebut lebih besar dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa data yang sedang diteliti terdistribusikan dengan normal, sehingga variabel Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, *Tax Avoidance*, Manajemen Laba dan *Corporate Social Responsibility* terdistribusi dengan normal.

#### 4.3.2 Uji Mutikolinearitas

Untuk menguji apakah model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas atau tidak maka dilakukan Uji Multikolinearitas. Model regresi yang baik jika didalam model regresi tersebut tidak terdapat korelasi antar variabel bebas. Uji multikolineritas dapat diukur dengan *variance inflation factor* (VIF) dikatakan terjadinya multikolinearitas apabila *tolerance*  $> 0,10$  atau sama dengan nilai  $VIF < 10$ .

**Table 4.4**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	Nilai <i>Tolerance</i>	VIF	Hasil
Prof	0,924	1,082	Tidak Terjadi Multikolinearitas
UkP	0,971	1,029	Tidak Terjadi Multikolinearitas
UmP	0,978	1,023	Tidak Terjadi Multikolinearitas
TA	0,923	1,084	Tidak Terjadi Multikolinearitas
ML	0,981	1,019	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber : Data Yang Diolah

Dari tabel 4.4 diatas menunjukkan hasil dari uji multikolinearitas variabel Profitabilitas memiliki nilai tolerance sebesar  $0,924 > 0,10$  dan nilai VIF sebesar  $1,082 < 10$  yang artinya data telah terbebas dari multikolinearitas atau tidak ada

terjadinya korelasi. Ukuran Perusahaan memiliki nilai tolerance sebesar  $0,971 > 0,10$  dan nilai VIF sebesar  $1,029 < 10$  yang artinya data telah terbebas dari multikolinearitas atau tidak ada terjadinya korelasi. Umur Perusahaan memiliki nilai tolerance sebesar  $0,978 > 0,10$  dan nilai VIF sebesar  $1,023 < 10$  yang artinya data telah terbebas dari multikolinearitas atau tidak ada terjadinya korelasi. *Tax Avoidance* memiliki nilai tolerance sebesar  $0,923 > 0,10$  dan nilai VIF sebesar  $1,084 < 10$  yang artinya data telah terbebas dari multikolinearitas atau tidak ada terjadinya korelasi. Manajemen Laba memiliki nilai tolerance sebesar  $0,981 > 0,10$  dan nilai VIF sebesar  $1,019 < 10$  yang artinya data telah terbebas dari multikolinearitas atau tidak ada terjadinya korelasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas pada variabel independen, sehingga model regresi dapat digunakan untuk melakukan pengujian penelitian.

#### 4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Untuk menguji apakah ada kesamaan antar varian dalam satu pengamatan, maka perlu dilakukan Uji Heteroskedastisitas menggunakan Uji *glejser*. Jika nilai sig antar variabel independen residualnya lebih besar dari 0,05, maka model regresi tersebut dapat dikatakan baik.

**Table 4.5**

**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Nilai Sign	Hasil
Prof	0,162	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
UkP	0,676	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
UmP	0,888	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
TA	0,798	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
ML	0,105	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Data Yang Diolah

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, variabel Profitabilitas memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,162 > 0,05$  yang artinya bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Ukuran Perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,676 > 0,05$  yang artinya bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Umur Perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,888 > 0,05$  yang artinya bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. *Tax Avoidance* memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,798 > 0,05$  yang artinya bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Manajemen Laba memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,105 > 0,05$  yang artinya bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas sehingga uji heteroskedastisitas dalam model regresi dapat terpenuhi.

#### 4.3.4 Uji Autokorelasi

Apakah terdapat korelasi antar residual pada periode  $t$  dengan periode  $t-1$  didalam model regresi maka dibutuhkan Uji Autokorelasi. Dapat dikatakan tidak terjadi Autokorelasi jika nilai  $DW > DU$  dan  $(4-DW) > DU$ .

Tabel 4.6

#### Uji Autokorelasi

Model Summary				
R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
0,283	0,080	0,046	0,05795145	2,141

Sumber : Data Yang Diolah

Berdasarkan tabel 4.6 diatas menunjukkan hasil pengujian *Durbin-Watson* diperoleh nilai sebesar 2,141. Nilai tersebut dapat dibandingkan dengan nilai DU dan 4-DU sehingga diperoleh nilai DU sebesar 1,7984. Selanjutnya dapat diambil kesimpulan dengan syarat  $DW > DU$  dan  $DW < 4-DU$  ( $2,141 > 1,7984$  dan  $2,141 < 2,2016$ ) maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen (Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, *Tax Avoidance* dan Manajemen Laba) tidak



mengalami autokorelasi dan data tersebut layak untuk digunakan dalam pengujian penelitian.

#### 4.4 Model Regresi Berganda

Untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen, maka dipergunakan teknik Analisis Regresi Berganda. Untuk melihat pengaruh dari variabel Profitabilitas (X1), Ukuran Perusahaan (X2), Umur Perusahaan (X3), *Tax Avoidance* (X4), dan Manajemen Laba (X5) memiliki pengaruh terhadap variabel Corporate Social Responsibility (Y) dengan nilai signifikansi  $< 0,05$ . Untuk dikatakan model regresi terdistribusi dengan normal dan baik apabila dapat memenuhi syarat uji asumsi klasik, data bebas dari heteroskedastisitas, tidak terjadi gejala multikolinearitas dan tidak mengalami autokorelasi dalam model regresi tersebut. Sehingga model regresi yang dipergunakan dalam analisis regresi berganda dapat disimpulkan baik untuk digunakan. Berikut hasil pengujian analisis regresi linier berganda :

**Table 4.7**  
**Analisis Regresi Linier**

Coefficients				
Keterangan	<i>Unstandardized Coefficients</i>		t	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	0,572	0,096	5,945	0,000
Prof	0,205	0,089	2,299	0,023
UkP	0,006	0,003	1,807	0,073
UmP	9,027	0,000	0,209	0,835
TA	-0,016	0,020	-0,800	0,425

ML	0,000	0,001	-0,455	0,650
----	-------	-------	--------	-------

Sumber : Data Yang Diolah

Berdasarkan tabel 4.7 diperoleh model regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,572 \alpha + (0,205) X1 + (0,006) X2 + (9,027) X3 + (-0,016) X4 + (0,000) X5 + e$$

- a. Nilai Konstanta sebesar 0,572 bernilai positif artinya apabila Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, *Tax Avoidance*, dan Manajemen Laba ada atau tidak sama dengan nol (0) maka *Corporate Social Responsibility* mengalami kenaikan.
- b. Nilai koefisiensi regresi variabel Profitabilitas (X1) memiliki nilai positif sebesar (0,205). Hal ini menjelaskan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif, apabila Profitabilitas ditingkatkan 1 satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya dianggap konstan, maka akan meningkatkan nilai CSR sebesar (0,205).
- c. Nilai koefisiensi regresi variabel Ukuran Perusahaan (X2) memiliki nilai positif sebesar (0,006). Hal ini menjelaskan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif, apabila Ukuran Perusahaan ditingkatkan 1 satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya dianggap konstan, maka akan meningkatkan nilai CSR sebesar (0,006).
- d. Nilai koefisiensi regresi variabel Umur Perusahaan (X3) memiliki nilai positif sebesar (9,027). Hal ini menjelaskan bahwa Umur Perusahaan berpengaruh positif, apabila Umur Perusahaan ditingkatkan 1 satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya dianggap konstan, maka akan meningkatkan nilai CSR sebesar (9,027).
- e. Nilai koefisiensi regresi variabel *Tax Avoidance* (X4) memiliki nilai negatif sebesar (-0,016). Hal ini menjelaskan bahwa *Tax Avoidance* berpengaruh negatif, apabila *Tax Avoidance* ditingkatkan 1 satuan dengan asumsi variabel

bebas lainnya dianggap konstan, maka akan menurunkan nilai CSR sebesar (-0,016).

- f. Nilai koefisiensi regresi variabel Manajemen Laba (X5) memiliki nilai positif sebesar (0,000). Hal ini menjelaskan bahwa Manajemen Laba berpengaruh positif, apabila Manajemen Laba ditingkatkan 1 satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya dianggap konstan, maka akan meningkatkan nilai CSR sebesar (0,000).

#### 4.5 Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Untuk mengukur seberapa kuat variabel independen dalam menggambarkan variabel dependen maka diperlukan pengujian uji koefisiensi determinasi (R<sup>2</sup>). Apabila nilai koefisiensi determinasi mendekati satu, maka terdapat indikasi bahwa variable independent dapat memberikan informasi untuk memprediksi variable dependen. Apabila nilai koefisiensi determinasi sama dengan satu, maka terdapat indikasi korelasi yang kuat dan positif antara kedua variable. Apabila nilai koefisiensi determinasi semakin kecil, variable independent mempunyai keterbatasan untuk menjelaskan variabel dependen atau bahkan kedua variabel sama sekali tidak mempunyai hubungan.

**Table 4.8**  
**Koefisien Determinasi**

R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
0,283	0,080	0,046	0,05795145

Sumber : Data Yang Diolah

Berdasarkan tabel diatas diperoleh angka Adjusted R Square sebesar 0,046 atau 4,6%. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel independent (Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, *Tax Avoidance* dan Manajemen Laba) dapat memberikan pengaruh terhadap variabel dependen (*Corporate Social*

*Responsibility*) nilai yang dihasilkan sebesar 4,6% dan sisanya 95,4% dipengaruhi oleh variabel lain.

Pengujian hipotesis yang terdiri dari uji t, uji F dan koefisien determinasi dapat disimpulkan bahwa didalam uji t variabel Profitabilitas diperoleh hasil positif terhadap variabel *Corporate Social responsibility*. Sedangkan pada variabel Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, *Tax Avoidance* dan Manajemen Laba tidak memberikan pengaruh positif terhadap variabel *Corporate Social Responsibility*. Namun pada uji F diperoleh hasil signifikansi sebesar  $0,045 < 0,05$  yang artinya semua variabel independent yang sedang diteliti meliputi (Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, *Tax Avoidance* dan Manajemen Laba) memberikan pengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*. Adapun pada uji Koefisiensi Determinasi memperoleh nilai sebesar 0,046. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independent mampu untuk memberikan informasi dalam memprediksi variabel dependen. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian layak untuk dipergunakan karena variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

#### 4.6 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui seberapa jauh satu variabel independen (Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, *Tax Avoidance*, dan Manajemen Laba) secara bersama sama dalam mempengaruhi variabel dependen (*Corporate Social Responsibility*) maka dilakukan uji F.

**Table 4.9**

#### Uji F

ANOVA					
Model	<i>Sum of Squares</i>	df	<i>Mean Square</i>	F	Sig.
Regression	0,039	5	0,008	2,339	0,045

Residual	0,450	134	0,003		
Total	0,489	139			

Sumber : Data Yang Diolah

Dapat disimpulkan bahwa nilai F sebesar (2,339) dengan nilai signifikansi  $0,045 < 0,05$  yang berarti bahwa variabel Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, *Tax Avoidance*, dan Manajemen Laba secara bersama sama atau secara simultan memiliki pengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

#### 4.7 Pengujian Hipotesis Secara Partial (Uji t)

Untuk mengetahui seberapa jauh satu variabel independen (Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, *Tax Avoidance*, dan Manajemen Laba) secara individual dalam mempengaruhi variabel dependen maka dilakukan uji t yang terdiri dari :

##### 4.7.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, variabel Profitabilitas menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,205, nilai signifikansi  $0,023 < 0,05$  dan nilai t hitung 2,299. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima atau  $H_1$  **diterima**. Hipotesis sebelumnya yang berbunyi Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* diterima.

##### 4.7.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, variabel Ukuran Perusahaan menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,006, nilai signifikansi  $0,073 > 0,05$  dan nilai t hitung 1,807. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak atau  $H_1$  **ditolak**. Hipotesis sebelumnya yang berbunyi Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* ditolak.

#### **4.7.3 Pengaruh Umur Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility***

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, variabel Umur Perusahaan menunjukkan nilai koefisien sebesar 9,027, nilai signifikansi  $0,835 > 0,05$  dan nilai t hitung 0,209. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak atau  $H_1$  **ditolak**. Hipotesis sebelumnya yang berbunyi Umur Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* ditolak.

#### **4.7.4 Pengaruh Tax Avoidance Terhadap *Corporate Social Responsibility***

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, variabel *Tax Avoidance* menunjukkan nilai koefisien sebesar -0,016, nilai signifikansi  $0,425 > 0,05$  dan nilai t hitung -0,800. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak atau  $H_1$  **ditolak**. Hipotesis sebelumnya yang berbunyi *Tax Avoidance* berpengaruh positif signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* ditolak.

#### **4.7.5 Pengaruh Manajemen Laba Terhadap *Corporate Social Responsibility***

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, variabel Manajemen Laba menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,000, nilai signifikansi  $0,650 > 0,05$  dan nilai t hitung -0,455. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak atau  $H_1$  **ditolak**. Hipotesis sebelumnya yang berbunyi Manajemen Laba berpengaruh positif signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* ditolak.

### **4.8 Pembahasan Hasil Penelitian**

#### **4.8.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility***

Berdasarkan dari penelitian ini membuktikan bahwa profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan. Artinya apabila Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi mampu untuk lebih banyak melakukan tanggungjawab sosialnya. Hal ini selaras dengan teori *legitimacy*. Profitabilitas dianggap mampu menjadi variabel yang dapat mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* (CSR). Principal memberikan keleluasaan kepada manajemen Perusahaan untuk melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai strategi menjaga hubungan baik Perusahaan dengan Masyarakat sekitar (Ersyafdi et al., 2019).



Dengan tingkat rasio Profitabilitas yang tinggi membuat manajemen lebih fleksibel dalam meningkatkan kinerja CSR untuk mempertahankan keberlangsungannya. Maksudnya adalah untuk menjaga keamanan jalannya operasional perusahaan dan terjaganya citra yang baik dimasyarakat, perusahaan akan lebih cenderung memberikan kontribusi lebih tanggungjawab sosialnya kepada Masyarakat. Oleh karena itu Perusahaan akan mengungkapkan informasi CSR lebih luas lagi, sehingga perusahaan akan mendapatkan kepercayaan lebih dan mendapatkan citra yang positif di mata Masyarakat sekitar.

Hasil pengujian ini sejalan dengan hasil pengujian yang dilakukan oleh (Ersyafdi et al., 2019) dan (Indriyani et al., 2020) yang menjelaskan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Profitabilitas yang tinggi mempengaruhi tingkat pengungkapan CSR dikarenakan jumlah dana yang dimiliki untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial, dan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan akan memberikan kontribusi untuk mengurangi pandangan negatif publik pada perusahaan.

#### **4.8.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility***

Berdasarkan dari penelitian ini membuktikan bahwa Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh positif signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan secara parsial tidak berpengaruh dan secara simultan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Hal tersebut sejalan dengan teori *legitimacy*, yang menyatakan bahwa untuk mempertahankan *going concern*-nya, perusahaan dan masyarakat akan menjalin sebuah ikatan sosial melalui kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Menurut (Fatwara et al., 2022) semakin meningkatkan ukuran perusahaan, pihak manajemen akan lebih mementingkan kepentingan perusahaannya dan manajemen tidak selalu mengungkapkan CSR secara penuh sesuai dengan indikator pengungkapan yang ada untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat sekitar perusahaannya.

Hasil pengujian ini sejalan dengan hasil pengujian yang dilakukan oleh (Indriyani et al., 2020), (Erawati et al., 2021) dan (Apriyanti et al., 2018) yang menjelaskan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Besarnya Ukuran Perusahaan masih belum mampu mempengaruhi pengungkapan CSR. Perusahaan dengan ukuran yang kecil maupun besar sama-sama akan memberikan dampak kepada lingkungan sekitar, oleh sebab itu ukuran perusahaan tidak memberikan pengaruh terhadap pengungkapan CSR (Erawati et al., 2021).

#### **4.8.3 Pengaruh Umur Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility***

Berdasarkan dari penelitian ini membuktikan bahwa Umur Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh positif signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa Umur Perusahaan secara parsial tidak berpengaruh dan secara simultan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Hal tersebut sejalan dengan teori *legitimacy*, yang menyatakan bahwa untuk mempertahankan *going concern*-nya, perusahaan dan masyarakat akan menjalin sebuah ikatan sosial melalui kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini dikarenakan pengungkapan CSR bersifat wajib bagi Perusahaan, baik Perusahaan yang tidak menerapkan Go Green maupun yang sudah menerapkan Go Green.

Hasil pengujian ini sejalan dengan hasil pengujian yang dilakukan oleh (Indriyani et al., 2020), (Maulida et al., 2020) dan (Safrianti, 2020) yang menjelaskan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Perusahaan yang telah lama beroperasi masih cenderung belum memiliki kesadaran untuk melakukan kegiatan CSR dan pengungkapannya agar memperoleh kepercayaan dari pihak eksternal atau masyarakat sekitar. Perusahaan bisa menggunakan media sosial untuk lebih dikenal oleh Masyarakat sekitar yang terbilang lebih hemat biaya dibandingkan dengan mengungkapkan CSR (Aulia et al., 2020). Oleh karena itu lamanya umur Perusahaan masih belum mampu memberikan alasan agar perusahaan melaksanakan kegiatan *Corporate Social Responsibility*.

#### **4.8.4 Pengaruh Tax Avoidance Terhadap Corporate Social Responsibility**

Berdasarkan dari penelitian ini membuktikan bahwa *Tax Avoidance* terhadap *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa *Tax Avoidance* secara parsial tidak berpengaruh dan secara simultan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Hal tersebut sejalan dengan teori *legitimacy*, yang menyatakan bahwa untuk mempertahankan *going concern*-nya, perusahaan dan masyarakat akan menjalin sebuah ikatan sosial melalui kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan dengan tingkat *efektif tax rate* yang rendah dapat meningkatkan perilaku *Tax Avoidance* yang tinggi untuk menghindari jumlah beban pajak yang terbilang cukup tinggi, akan tetapi berdasarkan hasil penelitian tingkat rata-rata *efektif tax rate* yang sangat tinggi mengakibatkan perilaku *Tax Avoidance* menjadi rendah, olehkarena itu *Tax Avoidance* tidak mampu mempengaruhi *Corporate Social Responsibility*.

Hasil pengujian ini sejalan dengan hasil pengujian yang dilakukan oleh (Rachim et al., 2021) yang menjelaskan bahwa *Tax Avoidance* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Perusahaan yang telah melakukan penghidaran pajak masih belum dapat dalam memaksimalkan pengungkapan CSR. Menurut (Rachim et al., 2021) *Tax Avoidance* dilakukan berkemungkinan hanya semata memanfaatkan celah yang diberikan oleh pemerintah, salah satunya tentang adanya PP No. 93 tahun 2010 tentang terdapat beberapa biaya yang dapat dijadikan pengurang dalam penghasilan bruto pada saat penghitungan beban pajak bagi wajib pajak.

#### **4.8.5 Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Corporate Social Responsibility**

Berdasarkan dari penelitian ini membuktikan bahwa Manajemen Laba terhadap *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh positif signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa Manajemen Laba secara parsial tidak berpengaruh dan secara simultan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*, jika dilihat dari tabel *statistik deskriptif* terlihat bahwa tindakan Manajemen Laba dilakukan untuk menurunkan laba, banyak faktor yang dapat mempengaruhi pihak manajemen

untuk menurunkan laba, salahsatunya dikarenakan laba perusahaan yang selalu tinggi sehingga pihak manajemen melakukan penurunan laba perusahaan untuk menghindari pajak penghasilan yang terlalu tinggi. Oleh karena itu Manajemen Laba secara partial tidak berpengaruh, akan tetapi secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Hal tersebut sejalan dengan teori *legitimacy*, yang menyatakan bahwa untuk mempertahankan *going concern*-nya, perusahaan dan masyarakat akan menjalin sebuah ikatan sosial melalui kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Pihak manajemen harus tetap melaksanakan kegiatan CSR dikarenakan kegiatan tersebut wajib dilakukan oleh Perusahaan, dengan melakukan kegiatan Manajemen Laba tidak semata mata untuk kepentingan kegiatan CSR, akan tetapi untuk memanfaatkan kebijakan-kebijakan akuntansi yang ada untuk menghasilkan tingkat laba yang maksimal sesuai dengan tuntutan yang diberikan oleh para pemegang saham.

Hasil pengujian ini sejalan dengan hasil pengujian yang dilakukan oleh (Manik et al., 2020) dan (Erawati et al., 2021) yang menjelaskan bahwa Manajemen Laba tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Kegiatan manajemen laba yang dilakukan dengan memanipulasi laba untuk mencapai tujuan perusahaan secara efisien ternyata masih belum mampu untuk meningkatkan pengungkapan CSR secara maksimal (Manik et al., 2020). Hasil dari kegiatan Manajemen Laba yang dilakukan perusahaan lebih cenderung untuk kepentingan kegiatan internal perusahaan, seperti memperluas kegiatan operasional perusahaan dengan mengalokasikan dana dari kegiatan manajemen laba tersebut (Erawati et al., 2021). Olehkarena itu kegiatan manajemen laba yang dilakukan masih belum cukup mampu untuk memaksimalkan kegiatan pengungkapan CSR.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, *Tax Avoidance*, dan Manajemen Laba terhadap Corporate Social Responsibility pada perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia pada periode 2018-2021. Dengan analisis data yang menggunakan *Software* SPSS 25 dengan 140 data. Berdasarkan hasil pengujian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Apabila tingkat Profitabilitas didalam Perusahaan tinggi maka pengungkapan *Corporate Social Responsibility* juga akan semakin tinggi. Profitabilitas yang tinggi mempengaruhi jumlah dana yang dimiliki untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial, dan juga tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan akan memberikan kontribusi untuk mengurangi pandangan negatif publik pada perusahaan.
2. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Apabila Ukuran Perusahaan semakin besar maka belum tentu sejalan dengan tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang semakin tinggi. Hal ini dikarenakan tidak semua perusahaan yang berukuran besar akan memberikan dampak negatife bagi lingkungan sekitar, perusaan lebih memilih untuk mengalokasikan kekayaan yang dimiliki untuk memperbesar perusahaan, daripada melaksanakan tanggungjawab sosialnya.



3. Umur Perusahaan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Perusahaan yang beroperasi cukup lama belum tentu mempengaruhi tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang semakin tinggi. Banyak hal yang dapat mempengaruhi perusahaan agar dapat bersaing dan eksistensinya tetap terjaga, salah satunya dengan memberikan informasi melalui media sosial yang lebih mudah dan lebih ekonomis daripada harus melaksanakan CSR.
4. *Tax Avoidance* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*. *Tax Avoidance* yang dilakukan didalam suatu Perusahaan belum tentu mampu mempengaruhi tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Perusahaan yang melakukan kegiatan penghindaran pajak tidak hanya semata mata untuk melaksanakan kegiatan CSR, dengan adanya keuntungan yang didapat dari kegiatan penghindaran pajak, perusahaan dapat mengalokasikan keuntungan tersebut sebagai penambah kekayaan untuk memperbesar perusahaan.
5. Manajemen Laba tidak berpengaruh positif signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Manajemen Laba yang dilakukan didalam suatu Perusahaan belum tentu mampu mempengaruhi tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Tidak semua Manajemen Laba yang dilakukan untuk kepentingan pengungkapan CSR, tuntutan yang diberikan oleh para pemegang saham kepada pihak manajemen untuk melakukan Manajemen Laba agar perusahaan terhindar dari keadaan yang kurang baik, oleh karena itu pihak manajemen mau tidak mau harus melaksanakan kegiatan Manajemen Laba.



## 5.2 Keterbatasan Penelitian

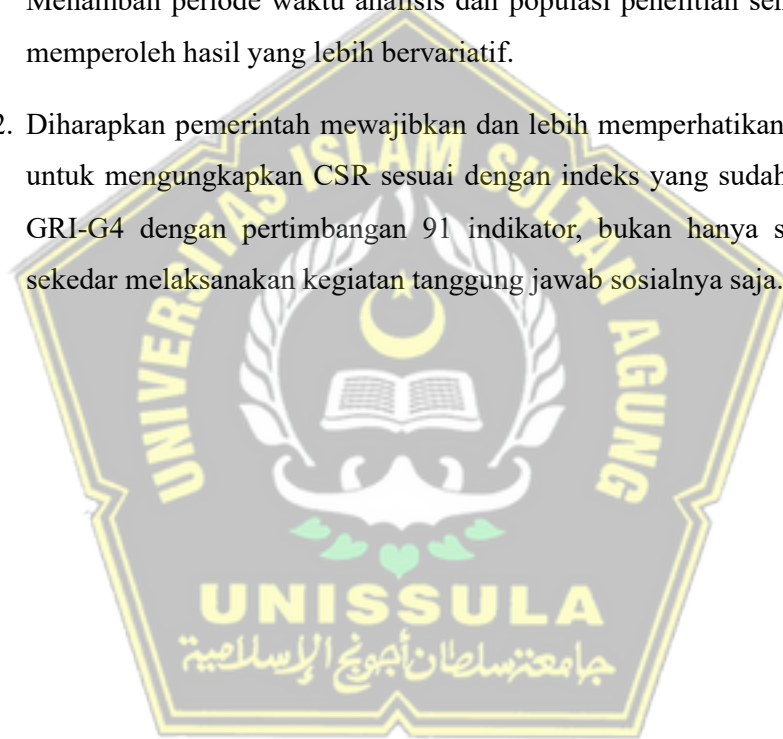
Peneliti menemukan beberapa keterbatasan dari hasil penelitian diantaranya :

1. Penelitian ini menggunakan sampel yang mencakup perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2018-2021 dengan meneliti variabel Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, *Tax Avoidance*, dan Manajemen Laba memberikan hasil hipotesis yang lebih banyak ditolak, sehingga dari hasil tersebut menggambarkan praktik pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang masih kurang baik di Indonesia. Selain itu variabel independen dalam penelitian ini juga belum mampu menjelaskan 100% pengaruhnya terhadap *Corporate Social Responsibility*, hal ini ditunjukkan oleh besarnya nilai *Adjusted R Square* dalam mempengaruhi CSR sebesar 4,6%.
2. Perusahaan yang melakukan kegiatan tanggung jawab sosial secara umum mengungkapkan tanggung jawab sosialnya masih belum secara menyeluruh, sesuai dengan 91 indeks pengukuran *Corporate Social Responsibility* yang ada. Pada data penelitian ini terdapat 2 perusahaan dengan nilai pengungkapan terkecil sebesar 60%. Artinya tidak terdapat pengungkapan CSR secara penuh 100% sesuai dengan 91 indek pengukuran GRI-G4 dari perusahaan sampel.

### 5.3 Saran

Dengan adanya keterbatasan yang telah disebutkan diatas maka diperoleh saran sebagai berikut :

1. Diharapkan agar peneliti selanjutnya dapat menambahkan faktor lain yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR seperti Kinerja Keuangan, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Manajerial, *Leverage* dan variabel bebas lainnya yang mungkin dapat mempengaruhi pengungkapan CSR. Menambah periode waktu analisis dan populasi penelitian sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih bervariasi.
2. Diharapkan pemerintah mewajibkan dan lebih memperhatikan Perusahaan untuk mengungkapkan CSR sesuai dengan indeks yang sudah ada seperti GRI-G4 dengan pertimbangan 91 indikator, bukan hanya semata mata sekedar melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosialnya saja.



### Daftar Pustaka :

- Ajengtiyas, A., Saputri, M., Pembangunan, U., & Veteran, N. (2019). Agresivitas Pajak dan Leverage Terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi Dan Keuangan Publik*, 15(1), 1–16.
- Apriyanti, A., & Yuliandhari, W. S. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Sales Growth Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Pada Perusahaan Indeks Lq 45 Non-Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016). *E-Proceeding of Management*, 5(2), 1–8.
- Berty Ismainingtyas, Bambang Suryono, W. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Liabilitas*, 23(1), 1–23. <https://doi.org/10.54964/liabilitas.v3i1.32>
- Betrinasih Aldina, Suprihatmi Sri Wardiningsih, S. S. N. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 20(1), 1–23.
- Dina Gledis Yovana, A. K. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 21(1), 1–10.
- Erawati, T., & Sari, L. indah. (2021). Pengaruh Kepemilikan Manajerial , Ukuran Perusahaan, Manajemen Laba dan Komite Audit Terhadap Pengungkapan CSR (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Subsektor Food and Beverage yang Tercantum di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019). *Jurnal Analisa Akuntansi Dan Perpajakan*, 5(1), 45–59. <https://doi.org/10.25139/jaap.v5i1.3640>
- Ersyafdi, I. R., Widya, P., Irianti, D., Sosial, F., Nahdtaul, U., & Indonesia, U. (2019). Pengaruh Faktor Keuangan, Tata Kelola Perusahaan, Agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Journal of Accounting and Business*, 57–72.
- Fatwara, M. D., Hasibuan, A. N., & Nursalam, L. M. (2022). Analisis Faktor Corporate Social Responsibility Dipengaruhi Ukuran Perusahaan , Umur Perusahaan yang Terdaftar pada Indeks Lq 45. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 54–70.
- Herawaty, V. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi Dan Keuangan Publik*, 15(2), 151–168.
- Herdi, F., & NR, E. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Komposisi Dewan Komisaris Independen Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 2(1), 2428–2444. <https://doi.org/10.24036/jea.v2i1.221>
- Indriyani, A. D., & Yuliandhari, W. S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran

- Perusahaan, dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan Indeks LQ 45 Non- Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018). *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, 6(1), 1559–1568.
- Mahesti, N. G. dan Z. (2019). Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility ( Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2016 ). *Journal Of Accounting*, 8(1), 1–12.
- Maulida Isfi Aulia, A. (2020). Faktor yang Memengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(11), 1–14. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i11.p03>
- Muchtar, E. H., & Purwatiningsih, H. (2020). Analisa Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Emiten Saham Syariah. *Al-Amwal*, 9(2), 1–18. <https://doi.org/10.36341/al-amwal.v9i2.167>
- Nur, H., Ermaya, Laela, Ajengtiyas, A., & Mashuri, S. (2020). Pengaruh Agresivitas Pajak dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal STEI Ekonomi*, 29(01), 1–16.
- Putri, K., Dharma, F., & Sukmasari, D. (2020). Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Csr, Sebuah Study Empiris Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 25(2), 1–15. <https://doi.org/10.23960/jak.v25i2.253>
- Rachim, N., Fahria, R., & Darmastuti, D. (2021). Pengaruh Media Exposure, Kinerja Keuangan, dan Tax Avoidance terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Business Management, Economic, and Accounting*, 2(Idx), 915–927.
- Rosa, L. A. K., & Octaviani, A. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Corporate Social Responsibility (CSR) di Dalam Perusahaan Food And Beverage. *Jurnal Akuntansi*, 7(2), 1–8.
- Safrianti, S. (2020). Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure pada Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2013-2019. *Creative Research Managemen Journal*, 3(1), 51–62.
- Sekarwigati, M., & Effendi, dan B. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Likuiditas Terhdap Corporate Social Responsibility Disclosure. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 16–33. <https://doi.org/10.33510/statera.2019.1.1.16-33>
- Suprasto, H. B., Putri, A., & Haryanti, S. (2019). Pengaruh Karakteristik Perusahaan pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 14(2), 219–229.
- Triva Maria Manik, Meily Surianti, A. M. S. (2020). Pengaruh Manajemen Laba

Dan Mekanisme Good Corporate Governance Terhadap Pengungkapan CRS.  
*Jurnal Akuntansi Bisnis Eka Prasetya (JABEP)*, 6(1), 42–57.

Utpala, C. G., & Adiwibowo, A. S. (2021). Pengaruh Manajemen Laba , Kinerja Keuangan dan Military Connection Terhadap Corporate Social Responsibility ( CSR ) ( Studi Empiris pada Perusahaan Mining yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019 ). *Diponegoro Journal Of Accounting*, 10, 1–14.

