

**PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK, MEDIA EXPOSURE,  
PROFITABILITAS, DAN SERTIFIKASI ISO 14001 TERHADAP MINAT  
PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)**

*(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek  
Indonesia Periode 2015-2017)*

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*



**Oleh :**

**HOTRIA**

**2014/14043114**

**JURUSAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

**2018**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK, MEDIA EXPOSURE,  
PROFITABILITAS, DAN SERTIFIKAT ISO 14001 TERHADAP MINAT  
PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)

(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek  
Indonesia Periode 2015-2017)

Nama : Hotria  
NIM/TM : 14043114 / 2014  
Jurusan : Akuntansi  
Keahlian : Akuntansi Keuangan dan Pasar Modal  
Fakultas : Ekonomi

Padang, Agustus 2018

Disetujui Oleh:

Pembimbing I

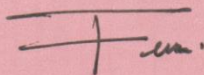
Pembimbing II



Dr. Efrizal Svofyan, SE, M.Si, CA, Ak  
NIP. 19580519 199001 1 001

Mayar Afriventi, SE, M.Sc.  
NIP. 1984013 200912 2 005

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Akuntansi



Fefri Indra Arza, SE, M.Sc, Ak  
NIP. 19730213 199903 1 003



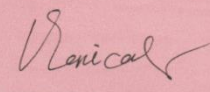
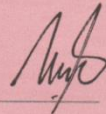
HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

*Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi  
Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Padang*

Judul : Pengaruh Agresivitas Pajak, Media Exposure, profitabilitas, dan sertifikat ISO 14001 terhadap Minat Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017)  
Nama : Hotria  
NIM/TM : 14043114 / 2014  
Jurusan : Akuntansi  
Keahlian : Akuntansi Keuangan dan Pasar Modal  
Fakultas : Ekonomi

Padang, Agustus 2018

Tim Penguji

No.	Jabatan	Nama	Tanda Tangan
1.	Ketua	: Dr. Efrizal Syofyan, SE, M.Si, CA, Ak	 1. _____
2.	Sekretaris	: Mayar Afriyenti, SE, M.Sc	 2. _____
3.	Anggota	: Vanica Serly, S.Pd, SE, M.Si	 3. _____
4.	Anggota	: Mia Angelina Setiawan, SE, M.Si	 4. _____

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Hotria  
NIM/Tahun Masuk : 14043114 / 2014  
Tempat/ Tgl Lahir : Lawe Kesumat, 15 April 1994  
Jurusan : Akuntansi  
Keahlian : Akuntansi Keuangan dan Pasar Modal  
Fakultas : Ekonomi  
Alamat : Jln. Enggang Raya No.3, Kec. Air Tawar Barat, Kab. Padang Utara, Prov. Sumatera Barat  
No Hp/Telp : 082163287430  
Judul Skripsi : Pengaruh *Agresivitas Pajak, Media Exposure Profitabilitas, dan Sertifikat ISO 14001 Terhadap Minat Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)*.  
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017).

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis (skripsi) saya ini adalah asli dna belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik (sarjana), baik di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan, dan penilaian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan mencantukannya dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh tim pembimbing, tim penguji, dan ketua jurusan.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana yang diperoleh karena karya tulis atau skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Padang, Agustus 2018  
Yang menyatakan



Hotria  
NIM. 14043114

**Pengaruh Agresivitas Pajak, Media Exposure, Profitabilitas dan Sertifikat ISO 14001 terhadap Minat Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)**

(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI tahun 2015-2017)

**Hotria**

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang  
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus Air Tawar Padang  
Email: [hotriasitoru64@gmail.com](mailto:hotriasitoru64@gmail.com)

**ABSTRACT**

*This study aimed to examine the effect of Tax Aggressiveness, Media Exposure, Profitability and ISO 14001 Certification on Corporate Social Responsibility. This study was considered as a causative research. The population in this study was all companies manufacturing listed on the Stock Exchange in 2015 until 2017. The sample was determined by the purposive sampling method and obtain 44 companies. Type of data used was secondary data obtained from [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) and corporate websites, the method of analysis used is multiple regression analysis.*

*Based on the result of multiple regression analysis with a significance level of 5%, the result of this study concluded that: (1) Tax Aggressiveness doesn't have a negative effect on the Corporate Social Responsibility; (2) Media Exposure have a positive effect on the Corporate Social Responsibility; (3) Profitability doesn't have a positive effect on the Corporate Social Responsibility; (4) ISO 14001 Certification have a positive effect on the Corporate Social Responsibility. The above result, it is suggested: Researchers can the looking the other an idependent variables which affect the Corporate Social Responsibility such as certifiacation ISO 9001,market capitalization dan investor reaction.*

**Keywords: Corporate Social Responsibility Disclosure, Tax Aggressiveness, Media Exposure, Profitability and ISO 14001 certification.**

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah Menguji Pengaruh *Agresivitas Pajak*, *Media Exposure*, *Profitabilitas*, dan *Sertifikat ISO 14001* Terhadap *Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Penelitian ini tergolong penelitian kausatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015 sampai 2017. Sedangkan sampel penelitian ini ditentukan dengan metode *puspositive sampling* sehingga diperoleh 44 perusahaan sampel. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Berdasarkan hasil regresi berganda dengan tingkat signifikan 5%: (1) *Agresivitas pajak* tidak berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan; (2) *Media exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan; (3) *Profitabilitas* tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan; (4) *Sertifikat ISO 14001* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian diatas, disarankan: Peneliti selanjutnya dapat mencari variabel independen lain yang berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan seperti sertifikat ISO 9001, kapitalisasi pasar, dan reaksi investor.

**Kata Kunci** : *Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial*, *Agresivitas pajak*, *Media Eksposure*, *Profitabilitas*, dan *Sertifikat ISO 14001*.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan yang Maha Esa karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Agresivitas Pajak, Media Exposure, Profitabilitas, Sertifikat ISO 14001 terhadap Minat Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)”**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat guna menyelesaikan pendidikan program studi S-1 dan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu, perkenankan penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Efrizal Syofyan, SE, M. Si, CA, Ak selaku pembimbing I dan Ibu Mayar Afriyenti, SE., M.Sc selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan dan transfer ilmu kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Penguji
3. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang Bapak Drs. Idris, M.Si serta para Wakil Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan fasilitas dan izin dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Fefri Indra Arza, SE, M.Sc, Ak dsan Bapak Henri Agustin SE, M.Sc, Ak selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Akuntansi Fakultas

Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.

5. Ibu Vita Fitria Sari, SE, M.Si selaku dosen Penasehat Akademik (PA).
6. Bapak dan Ibu Staf Pengajar Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan pengetahuan yang bermanfaat selama penulis melakukan perkuliahan.
7. Bapak dan Ibu Staf Tata Usaha yang memberikan kelancaran serta Bapak dan Ibu Staf Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang memberikan penulis kemudahan dan mendapatkan bahan bacaan.
8. Teristimewa penulis persembahkan kepada Ayahanda tercinta Hilmar Sitorus, Ibunda tercinta Delima Panjaitan, Opung tersayang, Abang tersayang Nico Dahlan, Heruono SST, Kakak tersayang Amiel Yohana, Adik tersayang Asima Hermiana dan Kekasih Rio Jordan Siburian yang telah memberikan kasih sayang, do'a, perhatian, semangat, dorongan, dan pengorbanan baik moril maupun materi hingga penulis dapat menyelesaikan studi dan skripsi ini.
9. Teman-teman jurusan Akuntansi angkatan 2014 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, Khususnya Wahyu Ningsih, Refina Syafna, Nia Permata Sari, Isma Delita, Yola Jastika, dan Riri Yenita yang sama-sama berjuang atas motivasi, saran, serta dukungan yang sangat berguna dalam penulisan skripsi ini.

10. Teman-teman satu kontrakan terkhusus Adik kamar penulis yaitu Angel Depari, yang telah bersedia memberi motivasi serta dukungan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis juga ucapkan terimakasih kepada Nova, Dame, Maya dan anggota kontrakan Eklesia lainnya serta semua teman-teman yang ada dalam perkumpulan Immanuel yang telah ikut memberikan dorongan dan doa dalam penyelesaian skripsi ini.

11. Serta semua pihak yang telah ikut membantu dan memberikan dorongan dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga bantuan, bimbingan dan petunjuk yang Bapak/Ibu dan rekan-rekan berikan menjadi amal ibadah dan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Tuhan Yang Maha Esa.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Padang, Agustus 2018

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	11
C. Tujuan Penelitian .....	12
D. Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Kajian Teori .....	13
1. Teori Stakeholder .....	13
2. Teori Legitimasi .....	14
3. Teori Keagenan .....	15
4. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	17
5. <i>Agresivitas Pajak</i> .....	30
6. <i>Media Exposure</i> .....	31
7. Profitabilitas .....	32
8. Sertifikat ISO 14001 .....	34
B. Penelitian Terdahulu .....	36
C. Kerangka Konseptual .....	38
D. Penurunan Hipotesis .....	39
1. Pengaruh <i>Agresivitas Pajak</i> terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	39
2. Pengaruh <i>Media Exposure</i> terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	41
3. Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	43
4. Pengaruh Sertifikat ISO 14001 terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	44

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian.....	46
B. Populasi dan Sampel .....	46
C. Jenis dan Sumber Data .....	49
D. Teknik dan Pengumpulan Data .....	50
E. Variabel Penelitian .....	50
F. Pengukuran Variabel .....	51
G. Metode Analisis Data .....	54
1. Statistik Deskriptif .....	54
2. Uji Asumsi Klasik .....	55
a. Uji Normalitas .....	55
b. Uji Multikolinearitas .....	55
c. Uji Heteroskedastisitas .....	56
3. Model Pengujian Hipotesis Penelitian .....	57
a. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	57
b. Uji F (Uji Simultan) .....	58
c. Uji Hipotesis (t-test) .....	58
4. Defenisi Operasional .....	59

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

A. Gambaran Umum Perusahaan Mnfaktur.....	61
B. Deskripsi Variabel Penelitian .....	62
1. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) .....	63
2. <i>Agresivitas</i> Pajak .....	72
3. <i>Media Expoure</i> .....	75
4. Profitabilitas .....	78
5. Sertifikat ISO 14001 .....	81
C. Metode Analisis Data.....	84
1. Statistik Deskriptif .....	84
2. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	86
3. Model Pengujian Hipotesis Penelitian .....	90
D. Pembahasan.....	96

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	105
B. Keterbatasan Penelitian .....	105
C. Saran.....	106

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>107</b>
-----------------------------	------------

<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>112</b>
-----------------------	------------

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Hasil Penelitian Terdahulu Mengenai Pengungkapan CSR .....	9
Tabel 2.1 Indikator Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> GRI ..	20
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 3.1 Target Populasi dan Sampel .....	47
Tabel 3.2 Daftar Perusahaan yang Menjadi Sampel Penelitian .....	48
Tabel 4.1 Data Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Selama Tahun 2015-2017 .....	70
Tabel 4.2 Data ETR PT Akasha Wira International (ADES) Tbk .....	73
Tabel 4.3 Data ETR Perusahaan Manufaktur Selama Tahun 2015-2017 .....	73
Tabel 4.4 Data Media <i>Exposure</i> Perusahaan Manufaktur Selama Tahun 2015-2017 .....	76
Tabel 4.5 Data ROA Perusahaan Manufaktur Selama Tahun 2015-2017 ....	79
Tabel 4.6 Data Perolehan Sertifikat ISO 14001 Perusahaan Manufaktur Selama Tahun 2015-2017 .....	82
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif .....	85
Tabel 4.8 Uji Multikolinearitas .....	88
Tabel 4.9 Uji Regresi Berganda .....	90
Tabel 4.10 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	92
Tabel 4.11 Uji F .....	92
Tabel 4.12 Uji t-test .....	93

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	39
Gambar 4.1 Pengungkapan CSR GRI.3-EC1 .....	64
Gambar 4.2 Pengungkapan CSR GRI.3-EC3 .....	65
Gambar 4.3 Pengungkapan CSR GRI.3-EC8 .....	66
Gambar 4.4 Pengungkapan CSR GRI.3-EN24 .....	66
Gambar 4.5 Pengungkapan CSR GRI.3-EN30 .....	67
Gambar 4.6 Pengungkapan CSR GRI.3-LA11 .....	68
Gambar 4.7 Pengungkapan CSR GRI.3-LA13 .....	69
Gambar 4.8 Pengungkapan CSR GRI.3-S01 .....	70
Gambar 4.9 Pengungkapan CSR pada Website Perusahaan.....	76
Gambar 4.10 Perolehan Sertifikat ISO 14001.....	82
Gambar 4.11 Uji Normalitas .....	87
Gambar 4.12 Uji Heteroskedastisitas .....	89

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1 Tabulasi Pemilihan Sampel .....	113
Lampiran 2 Nama Perusahaan dan Alamat Website Sampel.....	119
Lampiran 3 Perhitungan Variabel Dependen.....	121
Lampiran 4 Perhitungan Variabel Independen $X_3$ .....	139
Lampiran 5 Perhitungan Variabel Independen $X_4$ .....	141

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan sektor dunia usaha yang semakin pesat, sebagai akibat dari liberalisasi ekonomi, yang mengakibatkan kerusakan pada lingkungan semakin parah, mulai dari penggundulan hutan, polusi udara dan air, hingga perubahan iklim. Hal ini tidak terjadi di Indonesia saja namun seluruh dunia. Kemajuan zaman mendorong semakin berkembangnya sektor dunia usaha diberbagai bidang industri sehingga mengakibatkan kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan sekitarnya semakin meningkat. Semakin parahnya kerusakan lingkungan yang terjadi akhir-akhir ini menuntut perusahaan untuk melakukan suatu tindakan yang lebih peduli kepada masyarakat dan lingkungan. Oleh karena itu, sebagai wujud kepedulian dan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan, perusahaan melakukan pertanggungjawaban sosial atau yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

*Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan wujud dari kesadaran perusahaan sebagai upaya perusahaan untuk meningkatkan hubungannya dengan masyarakat dan lingkungan. Selain itu, *Corporate Social Responsibility* juga dapat diartikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan

cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan, *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD). (Google.Elistia.PPT).

Melalui *Corporate Social Responsibility (CSR)*, manajemen perusahaan diharapkan dapat melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility Disclosure* atas kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Suwardjono (2005) menyatakan bahwa kata pengungkapan secara umum memiliki arti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan. *Corporate Social Responsibility disclosure* merupakan penyampaian informasi mengenai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan atas masalah atau dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkannya. Tujuan dilakukannya *Corporate Social Responsibility disclosure* menurut Adebayo (2000) adalah agar suatu perusahaan mendapatkan nilai lebih dibandingkan perusahaan lainnya dan juga agar dapat memenuhi harapan masyarakat, sehingga perusahaan memperoleh legitimasi dari masyarakat dan perusahaan juga dapat menarik investor. Tujuan lain dari adanya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah untuk dapat menyeimbangkan konflik antara *stakeholder*. Perusahaan yang melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* pada umumnya akan mengungkapkan kegiatannya dalam laporan tahunan yang mereka terbitkan.

Laporan tahunan merupakan media komunikasi antara perusahaan dan para pengguna laporan keuangan serta masyarakat yang membutuhkan informasi tentang kondisi keuangan dan perkembangan suatu perusahaan.

Sehingga *Corporate Social Responsibility* biasanya akan diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan sebagai bagian dari informasi tambahan mengenai kegiatan sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan. Dengan adanya pelaporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan ini diharapkan perusahaan memperoleh legitimasi atas peran sosial dan kepedulian lingkungan yang telah dilakukan oleh perusahaan tersebut, sehingga perusahaan akan memperoleh dukungan dari masyarakat dan kelangsungan hidup perusahaan dapat diperoleh (Gray, 2006). Salah satu teori yang dapat mendasari pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah teori legitimasi. Teori ini menyatakan bahwa organisasi merupakan bagian dari masyarakat sehingga perusahaan diuntut untuk dapat memperhatikan norma-norma sosial yang ada di masyarakat, Karena Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* bertujuan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat.

Di Indonesia, wacana mengenai kesadaran akan perlunya menjaga lingkungan dan tanggung jawab sosial telah diatur dalam UU Perseroan Terbatas No. 40 Pasal 74 tahun 2007 yang menjelaskan bahwa perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha yang berhubungan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dalam Pasal 66 ayat 2c UU No.40 tahun 2007 dinyatakan bahwa semua perseroan wajib untuk melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan. Pengungkapan informasi pelaksanaan kegiatan *Corporate Social Responsibility* telah dianjurkan dalam PSAK No.1 tahun 2009 tentang

penyajian Laporan Keuangan, bagian tanggung jawab atas Laporan Keuangan paragraf 09. UU RI No.23 Tahun 1997 (2) juga menyatakan bahwa setiap orang mempunyai hak atas informasi lingkungan hidup yang berkaitan dengan peran dalam pengelolaan lingkungan hidup yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Kesadaran perusahaan dalam melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* semakin terlihat dari beberapa perusahaan yang telah mengungkapkan kegiatan *Corporate Social Responsibility*-nya dalam laporan keuangan tahunan perusahaan maupun dalam masing-masing website perusahaan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* oleh perusahaan didorong oleh berbagai motivasi dan faktor-faktor yang ada dalam lingkup perusahaan.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah *Agresivitas Pajak* (Ardiyanto, 2017; Octaviana, 2014; dan Plorensia dan Hardiningsih, 2015). *Agresivitas* pajak dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan manajemen yang bertujuan untuk menurunkan tingkat tarif pajak yang seharusnya dibayarkan oleh perusahaan. *Agresivitas* pajak juga merupakan strategi yang digunakan perusahaan namun tidak sesuai dengan harapan masyarakat, sehingga perusahaan yang melakukan kegiatan *agresivitas* pajak akan berusaha mengalihkan perhatian masyarakat dengan memberikan informasi mengenai *Corporate Social Responsibility* dalam laporan keuangan tahunannya. Dengan adanya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan berharap dapat merubah pola pikir

masyarakat yang beranggapan buruk menjadi baik terhadap perilaku dari perusahaan tersebut. Sehingga perusahaan yang melakukan kegiatan *Agresivitas Pajak* akan lebih cenderung melaporkan atau mengungkapkan kegiatan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan keuangan tahunannya. Hal ini didukung berdasarkan penelitian Lanis dan Richardson (2013) yang menyatakan bahwa pengaruh agresivitas pajak terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* untuk menguji teori legitimasi terdapat hubungan yang positif.

Faktor lain yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* oleh perusahaan yaitu *Media Exposure* (Anggredi dan Budiasih, 2016; Fahmi, 2015; Plorensia dan Hardiningsih, 2015). Media merupakan pusat perhatian masyarakat luas mengenai sebuah perusahaan, Yao et al., (2011) dalam Plorensia dan Hardiningsih (2015). Media Website berperan aktif dalam menyajikan informasi perusahaan, baik informasi keuangan maupun informasi yang terkait dengan operasional perusahaan. Dengan mengkomunikasikan *Corporate Social Responsibility* melalui media, diharapkan masyarakat mengetahui aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan, sehingga perusahaan akan mendapatkan kepercayaan dan legitimasi dari masyarakat. Menurut Munif et al., (2010) dalam Alfarizi (2017) perusahaan dapat mengungkapkan kegiatan CSR melalui berbagai media. Jika dikaitkan dengan teori legitimasi, menunjukkan bahwa *media exposure* mempunyai peranan yang penting terhadap perusahaan, karena adanya tuntutan publik. Menurut penelitian terdahulu Wahyutama (2016) menemukan bahwa Media

*Exposure* berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Selanjutnya faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah Profitabilitas (Indraswari dan Mimba, 2017; Kamil dan Herusetya, 2012; Wijaya, 2012). Profitabilitas merupakan suatu kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba untuk meningkatkan nilai pemegang saham. Badjuri (2011) menyatakan bahwa perusahaan di Indonesia akan meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial ketika memperoleh laba yang tinggi, sejalan dengan hasil penelitiannya di perusahaan manufaktur dan sumber daya alam yang terdaftar pada BEI tahun 2009, profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan CSR. Hal ini juga sejalan dengan teori agensi yang menyatakan bahwa perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas. Hal ini dikarenakan perusahaan yang memiliki laba yang tinggi akan menjadi sorotan, sehingga perusahaan akan mengeluarkan biaya yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial.

Faktor lain yang diduga dapat mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah perolehan sertifikat ISO 14001 (Bawono, 2015; Dianawati, 2012; dan Wijaya, 2012). Sertifikat ISO 14001 merupakan standar manajemen lingkungan mengenai praktek terbaik dalam sistem pengelolaan lingkungan hidup. Menurut Preston dalam Bawono (2015) mengatakan bahwa suatu organisasi yang mempunyai kinerja lingkungan yang baik dan tingkat pengungkapannya tinggi menjadikan perusahaan mereka sebagai perusahaan

yang mempunyai kegiatan yang bermanfaat dan kualitas pengungkapannya juga di dorong legitimasi terhadap masyarakat. Yusoff dan Lechman (2005) melakukan riset untuk melihat faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di dua negara yaitu Malaysia dan Australia, dan hasil risetnya menyatakan bahwa Sertifikat ISO 14001 pada dua negara tersebut memiliki pengaruh yang tinggi dalam keterlibatan perusahaan untuk mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*.

Beberapa penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor yang serupa dengan peneliti terkait pengungkapan *Corporate Social Responsibility* diantaranya adalah Plorensia dan Hardiningsih (2015) yang meneliti variabel agresivitas pajak dan media *exposure*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa agresivitas pajak dan media *exposure* berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Penelitian Alfarizi (2017) menggunakan variabel media *exposure*, ukuran perusahaan, *leverage*, kepemilikan institusional, dan kepemilikan asing. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa media *exposure* dan kepemilikan asing, berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), sedangkan ukuran perusahaan, *leverage*, dan kepemilikan institusional tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Penelitian Wahyutama (2016) meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* dengan menggunakan faktor

ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan *media exposure*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa faktor ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan *media exposure* berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Bawono (2015) yang meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama tahun 2012 dan 2013. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan positif antara variabel ukuran perusahaan dan sertifikat ISO 14001 terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sedangkan Variabel *leverage*, profitabilitas, dan cakupan operasional perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Penelitian mengenai *Corporate Social Responsibility Disclosure* dalam laporan keuangan tahunan perusahaan masih penting untuk dilakukan. Alasannya adalah karena kuantitas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* oleh masing-masing perusahaan di Indonesia masih relatif rendah.

Hal ini dapat di buktikan dari hasil beberapa penelitian terdahulu, yang meneliti mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam berbagai faktor.

**Tabel 1.1**  
**Hasil Penelitian Terdahulu Mengenai Pengungkapan CSR**

No	Nama Penelitian	Tahun	Objek	CSR
1	Agatha Aprinda Kristi	2010-2011	Perusahaan yang terdaftar di BEI	30,2%
2	Lovink Angel Dewi	2011	Perusahaan yang terdaftar di BEI	17,5%
	Karina dan Elna Nur			
	Afri Yuyetta			
3	Putri Melati	2010-2012	Perusahaan Industri dan Kimia	25,0%
4	Nike Meilissa Zulfi	2008-2012	Perusahaan go public yang terdaftar di BEI	17,3%
5	Indraswari dan Mimba	2012-2015	Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI	29,8%

Sumber : Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil dari beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan di Indonesia masih banyak yang belum melakukan pengungkapan atas informasi mengenai aktivitas yang dilakukannya terkait lingkungan maupun sosial. Hal tersebut menjadikan penelitian ini layak untuk diteliti ulang. Selain itu penelitian ini juga merupakan penelitian yang penting untuk dilakukan, hal tersebut dikarenakan sangat besarnya manfaat dan peran dari adanya pengungkapan atas informasi mengenai CSR. Hal ini dapat dilihat dengan adanya legitimasi dari masyarakat jika perusahaan mengungkapkan informasi atas kegiatan yang mereka lakukan terhadap lingkungan maupun sosial. Selain itu, ada atau tidak adanya pengungkapan atas kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan dapat menjadi indikator penilaian atas kinerja perusahaan, dan juga investor biasanya akan lebih tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang memberikan informasi mengenai kegiatan sosial mereka dalam laporan tahunannya, dan hal ini juga dapat menambah nilai tambah

perusahaan dimata *stakeholder*-nya. Namun pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia sendiri masih tergolong rendah. Hal inilah yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini. Selain itu penelitian ini juga didorong karena adanya ketidak konsistenan dari hasil penelitian-penelitian terdahulu.

Penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Pertentangan hasil penelitian tersebut dapat terjadi karena beberapa kondisi atau alasan seperti: adanya perbedaan periode waktu penelitian, misalnya penelitian Bawono (2015), Octaviana (2014), Sembiring (2005), dan Widiawan (2017) , kemudian karena interpretasi peneliti terhadap laporan keuangan terkait variabel yang digunakan, maupun perbedaan metode pengujian yang digunakan oleh masing-masing peneliti. Bawono (2014), Octaviana (2014), Sembiring (2005) dan Widiawan (2017) yang meneliti pengaruh variabel ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas, sertifikat ISO 14001, cakupan operasional, *agresivitas pajak*, *media exposure*, dan *consumer proximity* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah dengan adanya penambahan variabel yang diduga dapat mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Variabel ini masih jarang diteliti oleh peneliti-peneliti sebelumnya adalah variabel perolehan Sertifikat ISO 14001.

Penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015-2017 sebagai sampel. Alasan peneliti menggunakan perusahaan manufaktur sebagai sampel penelitian adalah karena industri manufaktur lebih dominan dibandingkan dengan industri lainnya. Selain itu, perusahaan manufaktur lebih banyak mendapatkan perhatian publik akibat dari banyaknya dampak yang diakibatkan oleh aktivitas perusahaan tersebut, sehingga memungkinkan perusahaan untuk mengungkapkan informasi yang lebih luas.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana **“Pengaruh Agresivitas Pajak, Media Exposure, Profitabilitas, Sertifikat ISO 14001 Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2017)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah yang akan dikaji dan diteliti dalam penelitian ini adalah ;

1. Bagaimana pengaruh *agresivitas* pajak terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* ?
2. Bagaimana pengaruh *media exposure* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* ?
3. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* ?
4. Bagaimana pengaruh perolehan sertifikat ISO 14001 terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* ?

### **C. TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah faktor-faktor yang terdiri atas *agresivitas* pajak, *media exposure*, profitabilitas, dan sertifikat ISO 14001 berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari dilakukannya penelitian ini, adalah :

1. Bagi penulis, penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan penulis mengenai pengaruh *agresivitas* pajak, *media exposure*, profitabilitas, dan sertifikat ISO 14001 terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.
2. Bagi akademis, sebagai referensi bacaan mahasiswa yang melakukan penelitian ulang mengenai Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan faktor-faktornya.
3. Bagi Masyarakat dan Praktisi, Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi perusahaan dalam pengambilan kebijakan manajemen. Bagi investor, penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran mengenai laporan keuangan tahunan perusahaan, sehingga diharapkan dapat menjadi acuan dalam pengambilan keputusan. Dan manfaatnya bagi masyarakat, untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh dari perusahaan.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh dari *agresivitas pajak*, *media exposure* profitabilitas, dan sertifikat ISO 14001 terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini hanya mampu menjelaskan 8,3% variabel pengungkapan *corporate social responsibility*.

Hasil pengujian *agresivitas pajak* dan profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan *media exposure* dan sertifikat ISO 14001 memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

#### B. Keterbatasan Penelitian

1. Objek yang menjadi sampel dalam penelitian ini hanya mengambil sampel perusahaan manufaktur saja.
2. Penelitian ini hanya menggunakan data sekunder sehingga data yang diperoleh peneliti hanya terbatas pada data yang diungkapkan oleh perusahaan pada laporan tahunan yang diterbitkan perusahaan pada *website IDX*.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya mampu menjelaskan variabel independen sebesar 8,3% angka ini tergolong masih sangat rendah.

### **C. Saran**

Bagi pihak perusahaan agar lebih dapat memahami kembali pentingnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap perusahaan terlebih untuk mendapatkan kepercayaan dan legitimasi dari publik. Bagi pihak investor untuk lebih dapat mempertimbangkan mengenai tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan dalam membuat keputusan investasi kedepannya. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat menambahkan berbagai variabel yang diduga dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan seperti pengaruh dari sertifikat ISO 9001, kapitalisasi pasar, reaksi investor dan variabel lainnya, karena tingkat koefisien determinasi pada penelitian ini masih tergolong rendah. Bagi peneliti selanjutnya juga agar tidak hanya menggunakan satu aspek industri saja dalam sampel penelitian dan juga dapat memperpanjang periode pengamatan. Hal ini dimaksudkan agar hasil penelitian yang di dapat lebih dapat digeneralisasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfarizi, Aditya Gusma. 2016. "Pengaruh *Media Exposure*, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Struktur Kepemilikan Saham Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Artikel Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Amelia. 2016. "Pengaruh Managerial Ownership, Earnings Manajement, dan Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Perusahaan". *Skripsi*. Universitas Negeri Padang.
- Anggreni, Ni Luh Putu Mila dan Budiasih I Gusti Ayu Nyoman. 2016. "Peran *Media Exposure* Bagi Pasar Modal Indonesia". *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*. Vol. 21, No. 1, Februari 2016.
- Ardiyanto, Moh didik dan Arfiyanto Rizky. 2017. "Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*". <http://ejournal-sl.undip.ac.id/index.php/accounting>. Volume 6, Nomor 4, Tahun 2017, Halaman 1-11.
- Avicenia, Ressi Putri. 2014. "Analisis Implementasi Konsep Triple *Bottom Line* pada Program *Corporate Social Responsibility* Sebagai Bagian Dari Strategi Hubungan Masyarakat Perusahaan (Studi Kasus : Program C.A.F.E. *Practice Starbucks*)". Makalah Non Seminar. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Depok
- Bawono, Adetya Agung Kusumo. 2015. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas, Cakupan Operasional Perusahaan, dan Sertifikat ISO 14001 Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*". <http://ejournal-sl.undip.ac.id/index.php/accounting>. Vol 4, No. 3, Tahun 2015, Hal 1-12.
- Badjuri, Achmad. 2011. "Faktor-faktor Fundamental, Mekanisme *Corporate Governance*, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Perusahaan Manufaktur dan Sumber Daya Alam di Indonesia. Dinamika Keuangan dan Perbankan". Dalam *Journal of Accounting*, Vol.3 No. 2 Hal 183-197. Semarang : Universitas Stikubank.
- Damanik, C. Febri. 2017. "Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan Dewan Komisaris sebagai Variabel Pemoderasi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015". *Skripsi*. Universitas Sumatera Utara.
- Dianawati, Wiwiek. 2012. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Sertifikat Lingkungan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)". *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Akreditasi No.80/DIKTI/Kep/2012*.