



Pengaruh Agresivitas Pajak, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di Bei 2011-2018)

Titin Sumarni¹, Yulia Syafitri², Yuli Ardiany³

¹ Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti, Padang, Indonesia

Email: titien270@gmail.com

² Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti, Padang, Indonesia

Email: yuliafirenze@gmail.com

³ Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti, Padang, Indonesia

Email: yulianaindriani96@gmail.com

Corresponding Author: Titin Sumarni

Abstract: *This study aims to determine whether Tax Aggressiveness, Company Size, Profitability, and Leverage have a significant effect on Corporate Social Responsibility in automotive companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2011-2018 either partially or simultaneously. The analytical method used in this study is multiple linear regression analysis and testing the hypothesis using the t-test and f-test. The results of this study indicate that partial tax aggressiveness has no significant negative effect on the disclosure of Corporate Social Responsibility, Company size has a significant positive effect on the disclosure of Corporate Social Responsibility, Profitability has no significant negative effect on the disclosure of Corporate Social Responsibility, and Leverage has no significant negative effect on Corporate disclosure. Social Responsibility. While simultaneously Tax Aggressiveness, Company Size, Profitability, and Leverage have a significant effect on Corporate Social Responsibility in automotive companies listed on the Indonesia Stock Exchange from 2011-2018.*

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

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Agresivitas Pajak, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2018 baik secara parsial maupun secara simultan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dan pengujian hipotesisnya menggunakan uji t dan uji f. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Agresivitas pajak berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social*

Responsibility, Profitabilitas berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, dan *Leverage* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan secara simultan Agresivitas Pajak, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2018.

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

PENDAHULUAN

Industri otomotif Indonesia merupakan pilar penting negara ini, karena banyak perusahaan mobil yang terkenal didunia membuka pabrik-pabrik otomotif. Indonesia memiliki industry manufaktur mobil terbesar kedua di Asia Tenggara dan di wilayah Asean. Per 2017 kapasitas total produksi terpasang mobil di Indonesia adalah 2,2 juta unit pertahun, namun pemanfaatan kapasitas tersebut diperkirakan turun menjadi 55% pada tahun 2017 karena peluasan kapasitas produksi mobil dalam negeri tidak sejalan dengan pertumbuhan permintaan domestik dan asing untuk mobil buatan Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) kelompok kelas menengah menyumbang setidaknya 45% dari total konsumsi domestik. Selain penghasilan yang lebih tinggi kelas menengah juga dicirikan dengan perilaku konsumsinya yang cenderung berorientasi pada pemenuhan kebutuhan sekunder (<http://communication.binus.ac.id>).

Namun demikian keberadaan perusahaan dilingkungan masyarakat hampir membawa dampak negative, meskipun memiliki kemanfaatan untuk kesejahteraan dan pembangunan. Beberapa dampak dari pabrik-pabrik seperti: pencemaran udara, *global warming*, radiasi, serta infeksi bahan kimia dari pabrik yang memberikan dampak terhadap berbagai penyakit. Hal ini merupakan sederatan dampak negative yang ditimbulkan oleh eksternalitas industry (Urip, 2014). Pada dasarnya masyarakat (terutama masyarakat kelas bawah) tidak memperoleh kontra prestasi dari industry secara langsung. Oleh karena itu tidak adil manakala mereka harus menanggung dari dampak negative industry tersebut.

Fenomena lain pada penelitian ini juga terjadi pada perusahaan otomotif di Indonesia. Kota Jakarta sebagai pusat ibukota Indonesia yang termasuk kota metropolitan telah membawa pengaruh pada pola masyarakat dalam penggunaan alat transportasi, dimana jumlah mobil yang beroperasi adalah 4,5 juta perhari. Penjualan otomotif khususnya mobil menjadi sangat menjanjikan yaitu 1.026.921 unit di tahun 2019 di Indonesia (<http://bisnis.com>). Semakin meningkatnya penjualan otomotif, menjadikan peluang yang sangat menjanjikan bagi perkembangan bengkel perbaikan otomotif tersebut. Kini menurut keterangan asosiasi bengkel otomotif Indonesia menyebutkan pada tahun 2019 terdapat 155 bengkel resmi dan kurang lebih seribu bengkel tidak resmi yang berada di wilayah Jakarta (Medcom.id Pemprov DKI 2019).

Dalam aktivitas perbaikan, perawatan, dan perakitan kendaraan bermotor, bengkel bengkel tersebut banyak menggunakan air tanah dan PAM dalam jumlah yang sangat besar. Sementara untuk limbah bekasnya terbuang begitu saja tanpa adanya tindakan dari bengkel-bengkel tersebut. Sebagai akibatnya dampak negative akan berpotensi timbul yang akan

merugikan lingkungan sekitarnya, pada tahun 2013 terdapat 883 perusahaan berskala menengah dan besar di antaranya pabrik, hotel, apartemen, restoran, rumah sakit dan bengkel otomotif yang membuang limbah cair ke badan air. Dari jumlah tersebut, terdapat 22% perusahaan atau unit kegiatan yang taat melaporkan limbahnya (BPLHD DKI,2014).

Kemungkinan terjadinya masalah sosial dan lingkungan yang diakibatkan oleh banyaknya aktivitas perusahaan-perusahaan otomotif di tengah masyarakat, maka selayaknya perusahaan-perusahaan ini perlu merencanakan kegiatan *corporate social responsibility* (CSR), ini merupakan konten bisnis untuk memberikan kontribusi pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan karyawan, keluarga, masyarakat luas untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan meminimalisasi dampak buruk lingkungan (susanto,2009). Pada dasarnya perusahaan perlu menetapkan *corporate social responsibility* (CSR) sebagai bagian dari strategi bisnisnya. Apabila perusahaan telah menerapkan dan menanamkan prinsip *corporate social responsibility* (CSR) dalam strategi bisnis sehingga mencapai hasil yang berkelanjutan, maka perusahaan dapat lebih mengembangkan kegiatan *corporate social responsibility* (CSR)-nya untuk lebih meningkatkan kegiatan di masyarakat (urip,2014).

Tidak semua perusahaan dapat memahami penerapan program *corporate social responsibility* (CSR) dan memanfaatkannya secara berkelanjutan, karena perusahaan beranggapan bahwa dalam pengungkapan CSR merupakan beban yang harus dikeluarkan oleh perusahaan, padahal CSR merupakan suatu bentuk timbal balik perusahaan kepada masyarakat dalam hal tanggung jawab sosial. Pemerintah melalui undang-undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mewajibkan perseroan yang bidang usahanya terkait dengan sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Peraturan lain tentang CSR adalah UU no. 25 tahun 2007 tentang penanaman modal, dalam UU tersebut menyatakan bahwa setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam mengungkapkan *corporate social responsibility* (CSR). Pertama agresivitas pajak, hal yang sangat lazim dikalangan perusahaan-perusahaan besar saat ini. Tindakan ini dilakukan untuk meminimalkan pajak perusahaan, hal ini menjadi perhatian publik karena tidak sesuai dengan harapan masyarakat dan juga merugikan pemerintah. Hal ini seperti yang diungkapkan (Balakrishnan, 2017) bahwa perusahaan terlibat dalam berbagai bentuk perencanaan pajak untuk meminimalkan kewajiban pajak yang diperkirakan. Tindakan pajak agresif juga dinilai dari seberapa besar perusahaan tersebut mengambil langkah penghindaran pajak dengan memanfaatkan celah-celah yang ada dalam peraturan perpajakan. Perusahaan dengan tingkat agresivitas rendah akan mengakibatkan perusahaan untuk mengungkapkan CSR lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang melakukan agresivitas pajak. Selanjutnya ukuran perusahaan, Secara umum perusahaan besar akan menjelaskan informasi lebih banyak dari pada perusahaan kecil. Perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih banyak dibanding perusahaan kecil. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari desakan politis, yaitu desakan untuk mengerjakan *Corporate social responsibility*. Besar atau kecilnya suatu perusahaan dilihat dari seberapa besar jumlah aktiva, volume penjualan, jumlah tenaga kerja dan kapitalisasi pasar (Noor, 2016). Pengukuran ini dilaksanakan untuk memahami semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula tanggung jawab sosial yang mungkin akan diungkapkan perusahaan.

Selanjutnya profitabilitas, pengukuran profitabilitas terdapat beberapa macam seperti : Laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi/aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. (Wardhani, 2017) mendefinisikan rasio profitabilitas dapat mengindikasikan keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan Laba atau keuntungan. Semakin besar keuntungan yang didapatkan semakin besar ketrampilan perusahaan guna membayarkan dividennya dan semakin banyak laba yang dihasilkan perusahaan tidak menutup kemungkinan perusahaan akan menampilkan pengungkapan CSR lebih banyak.

Selanjutnya *leverage*, *leverage* adalah rasio yang digunakan mengukur seberapa besar perusahaan mempunyai ketergantungan pada kreditur dalam mengongkosi aset perusahaan. Perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi akan memiliki ketergantungan pada pinjaman dari luar dalam memberikan biaya dalam asetnya. Sedangkan perusahaan dengan tingkat *leverage* rendah akan sedikit membiayai asetnya dengan modal sendiri.

Penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility Disclosure* di Indonesia menunjukkan hasil yang tidak konsisten dan memunculkan pendapat yang beragam dan menarik untuk di kaji lebih dalam. Hasil yang beragam tersebut di karenakan oleh model yang telah berkembang yang merupakan model yang sederhana dan pengukuran yang digunakan juga tidak konsisten.

Penelitian ini dilaksanakan berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Kafka (2019). Perbedaan penelitian ini dari penelitian Muhammad Kafka (2019) terletak pada variabel independen dimana peneliti tidak menambahkan variabel kepemilikan saham publik. Perbedaan yang kedua adalah objek penelitian dimana peneliti sebelumnya berobjek pada perusahaan barang dan konsumsi di penelitian ini peneliti menggunakan objek perusahaan otomotif. Dan perbedaan yang ke tiga adalah periode penelitian. Penelitian yang dilakukan Kafka menggunakan periode 4 tahun sedangkan dalam penelitian ini menggunakan periode 8 tahun.

Dari bermacam-macam fenomena yang terjadi dan dari hasil penelitian terdahulu terdapat beberapa variabel yang berpengaruh terhadap pengungkapan CSR masih menunjukkan hasil yang berbeda-beda, bahkan bertentangan dengan hasil penelitian yang satu dengan hasil penelitian yang lainnya. Hal inilah yang membuat penulis ingin melakukan penelitian dengan judul : “Pengaruh Agresivitas Pajak, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage*, Terhadap Pengungkapan *Coorporate Social Responsibility* (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2018)”.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang ingin dijawab dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Agresivitas pajak berpengaruh secara pasial terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2018?
2. Apakah Ukuran perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2018?
3. Apakah Profitabilitas berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2018?

4. Apakah *Leverage* berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2018?
5. Apakah Agresivitas pajak, Ukuran perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2018?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Pada Periode 2011-2018.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Kepustakaan (*Library Research*) penelitian kepustakaan adalah untuk mendapatkan data sekunder dalam mendapatkan landasan teoritis yang berkaitan dengan judul penelitian, dengan cara membaca, menelaah buku dan berbagai literatur berkaitan dengan penelitian.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi atau dokumen. Menurut Sugiyono (2018 : 240) Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018) data kuantitatif yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka – angka. Data adalah segala sumber informasi variabel yang akan diteliti. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu yang telah diolah oleh pihak lain atau sumber penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara.

Uji t (t-test) melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan. Menurut (Ghozali 2016:97) (t-test) hasil perhitungan ini selanjutnya dibandingkan dengan t tabel dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05.

Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai probabilitas signifikansi dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas signifikansi (ρ) < tingkat signifikansi $\alpha = 0,10$ maka H_0 ditolak..
2. Jika nilai probabilitas signifikansi (ρ) > tingkat signifikansi $\alpha = 0,10$ maka H_0 diterima.

Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah semua variabel bebas atau independen dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama – sama (simultan) terhadap variabel terikat. Jika nilai F hitung < F tabel dan jika probabilitas (signifikasi) lebih besar dari 0,1 (α), maka H_0 diterima, artinya variabel bebas secara simultan tidak mempengaruhi variabel terikat secara signifikan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji t

Tabel 1. Hasil Perhitungan Uji-t

Coefficientsa			
	Model	t	Sig.
1	(Constant)	-5,067	,000
	Agresivitas Pajak	-1,578	,126

Ukuran Perusahaan	6,179	,000
Profitabilitas	1,064	,297
Leverage	-1,268	,216

a. Dependent Variable: Corporate Social Responsibility Disclosure

Sumber: Hasil Output SPSS 23, diolah Penulis (2020)

1. Pengaruh Variabel Agresivitas Pajak terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hasil pengujian Agresivitas pajak yang diproksikan dengan ETR diperoleh nilai t hitung sebesar -1,578. Tingkat signifikansi menunjukkan 0,126 yang lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Hal ini berarti menolak H_a dan dapat disimpulkan bahwa Agresivitas Pajak secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dengan kata lain hipotesis pertama yang menyatakan “Agresivitas Pajak secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pada Perusahaan Otomotif yang terdaftar di BEI tahun 2011-2018.” **ditolak**.
2. Pengaruh Variabel Ukuran Perusahaan Terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hasil pengujian Ukuran Perusahaan diperoleh nilai t hitung sebesar 6,179. Tingkat signifikansi menunjukkan 0,000 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Hal ini berarti diterima H_a dan dapat disimpulkan bahwa Ukuran Perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dengan kata lain hipotesis kedua yang menyatakan “Ukuran Perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pada Perusahaan Otomotif yang terdaftar di BEI tahun 2011-2018.” **diterima**.
3. Pengaruh Variabel Profitabilitas Terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hasil pengujian Profitabilitas yang diproksikan dengan ROA diperoleh nilai t hitung sebesar 1,064. Tingkat signifikansi menunjukkan 0,297 yang lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Hal ini berarti menolak H_a dan dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dengan kata lain hipotesis ketiga yang menyatakan “Profitabilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pada Perusahaan Otomotif yang terdaftar di BEI tahun 2011-2018.” **ditolak**.
4. Pengaruh Variabel *Leverage* Terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hasil pengujian *Leverage* yang diproksikan dengan DAR diperoleh nilai t hitung sebesar -1,268. Tingkat signifikansi menunjukkan 0,216 yang lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Hal ini berarti menolak H_a dan dapat disimpulkan bahwa *Leverage* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dengan kata lain hipotesis keempat yang menyatakan “*Leverage* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pada Perusahaan Otomotif yang terdaftar di BEI tahun 2011-2018.” **ditolak**.

Uji F

Tabel 2. Hasil Perhitungan Uji-F

ANOVAa			
	Model	F	Sig.
1	Regression	25,137	,000b
	Residual		
	Total		

- a. Dependent Variable: Corporate Social Responsibility Disclosure
 - b. Predictors: (Constant), Leverage, Profitabilitas, Agresivitas Pajak, Ukuran Perusahaan
- Sumber: Hasil Output SPSS 23, diolah Penulis (2020)

Dari tabel 2 diatas, diperoleh nilai F hitung sebesar $25,137 > F\text{-tabel } 2,73$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000$ dimana nilai signifikannya $< 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_5 diterima, artinya Agresivitas Pajak, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *leverage* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* pada Perusahaan Otomotif yang terdaftar di BEI Tahun 2011-2018.

Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil uji t untuk variabel Agresivitas Pajak, diperoleh nilai t hitung sebesar $-1,578 < t\text{-tabel } 2,051$ dengan nilai signifikan sebesar $0,126$ dimana nilai signifikannya $> 0,05$, Jika nilai t hitung lebih kecil dari t tabel dan signifikan lebih besar dari $0,05$ maka H_0 ditolak (Widarjono, 2013). Hal ini menunjukkan bahwa Agresivitas Pajak berpengaruh negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap pada Perusahaan Otomotif yang terdaftar di BEI Tahun 2011-2018.

Sesuai dengan teorinya Agresivitas Pajak adalah suatu kegiatan perencanaan pajak yang dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan untuk mengurangi beban pajak yang dibayar dalam periode tersebut yang akan berakibat turunnya tarif pajak efektif (Hlaing 2012:7). Agresivitas Pajak dalam penelitian ini menggunakan proksi ETR. ETR menunjukkan perbandingan antara total beban pajak penghasilan dengan laba sebelum pajak yang dimiliki perusahaan. Dalam penelitian ini didapatkan hasil dari perhitungan statistik bahwa pengaruh Agresivitas Pajak terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan, dikarenakan nilai t hitung yang lebih kecil dari t tabel dan signifikan lebih besar dari $0,05$.

Hal lain juga dapat disebabkan karena rendahnya tingkat pengungkapan *Corporate social responsibility* perusahaan yang bersifat sukarela dan belum maksimal mengikuti standar GRI, sehingga agresivitas pajak belum dapat dijadikan landasan untuk mengungkapkan *Corporate social responsibility* sesuai yang diharapkan masyarakat (Khodijah 2016).

Semakin rendahnya nilai ETR, maka tindakan agresivitas pajaknya (ETR semakin rendah) perusahaan akan semakin tinggi, artinya perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas pajak tinggi akan mengungkapkan laporan CSR lebih besar dari perusahaan yang memiliki agresivitas pajak yang rendah. Agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan belum dapat dijadikan pedoman untuk mengetahui tinggi rendahnya pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Terkait dengan teori *stakeholder* upaya penghindaran pajak memang seharusnya tidak dilakukan oleh perusahaan terutama perusahaan yang sudah *go public* karena pembayaran pajak juga digunakan untuk membiayai pembangunan dan memperbaiki infrastruktur serta fasilitas-fasilitas lain yang itu semua juga pasti akan membawa dampak positif pada para *stakeholders* khususnya masyarakat (Nugraheni 2017).

Dengan kata lain seberapa besar pun Agresivitas Pajak yang dimiliki perusahaan tidak akan mempengaruhi secara signifikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kafka (2019), menunjukkan bahwa agresivitas pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap . Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh

Rizky dan Dul 2017) Penelitian ini menunjukkan bahwa Agresivitas Pajak signifikan berhubungan positif dengan CSR yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan dan berpengaruh positif antara Agresivitas Pajak dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil uji t untuk variabel Ukuran Perusahaan, diperoleh nilai t hitung sebesar $6,179 < t\text{-tabel } 2,051$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000$ dimana nilai signifikannya $> 0,05$, Jika nilai t hitung lebih kecil dari t tabel dan signifikan lebih besar dari $0,05$ maka H_0 ditolak (Ghozali 2016). Hal ini menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pada Perusahaan Otomotif yang terdaftar di BEI Tahun 2011-2018.

Sesuai dengan teorinya Ukuran Perusahaan adalah ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total asset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain (Brigham & Houston 2010:4). Ukuran Perusahaan dalam penelitian ini diproksikan dengan log total aset. Dalam penelitian ini didapatkan hasil dari perhitungan statistik bahwa pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap yaitu berpengaruh positif, dikarenakan nilai t hitung yang lebih kecil dari t tabel dan signifikan lebih besar dari $0,05$.

Perusahaan besar akan mendapatkan tekanan politis yang lebih besar dari pada perusahaan kecil, dan perusahaan besar memiliki stakeholder yang lebih banyak juga yang akan memperhatikan setiap kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan. Perusahaan besar yang diukur berdasarkan total asset, akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan kecil. Karena perusahaan besar akan menjadi sorotan pemerintah dan investor, sehingga akan menimbulkan kecenderungan bagi para manajer untuk berlaku agresif atau patuh dan mendapatkan dukungan dari masyarakat. Oleh karena itu perusahaan dengan ukuran besar akan melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* lebih besar pula.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kafka (2019) Penelitian ini menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan dengan pada Perusahaan Otomotif yang terdaftar di BEI Tahun 2011-2018.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

Berdasarkan hasil uji t untuk variabel Profitabilitas, diperoleh nilai t hitung sebesar $1,064 < t\text{-tabel } 2,051$ dengan nilai signifikan sebesar $0,297$ dimana nilai signifikannya $> 0,05$, Jika nilai t hitung lebih kecil dari t tabel dan signifikan lebih besar dari $0,05$ maka H_0 ditolak (Ghozali, 2016). Hal ini menunjukkan bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pada Perusahaan Otomotif yang terdaftar di BEI Tahun 2011-2018.

Sesuai dengan teorinya Profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan (Kasmir 2016:196). Profitabilitas dalam penelitian ini diproksikan dengan ROA. Dalam penelitian ini didapatkan hasil dari perhitungan statistik bahwa pengaruh Profitabilitas terhadap yaitu tidak berpengaruh signifikan, dikarenakan nilai t hitung yang lebih kecil dari t tabel dan signifikan lebih besar dari $0,05$.

Ketika perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi atau mengalami kenaikan maka perusahaan lebih mengalokasikan dana kepada aktivitas-aktivitas investasi maupun

pendanaan, hal ini dapat dikaitkan dengan teori stakeholder dimana perusahaan ketika memiliki laba tinggi menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang suksesnya keuangan perusahaan, hal ini bertujuan untuk menarik minat parainvestor agar mau berinvestasi pada perusahaan (Irmawati 2011). Dan ketika profitabilitas rendah atau mengalami penurunan, perusahaan cenderung menyimpan dananya untuk operasi tahun berikutnya daripada harus mengeluarkan tambahan biaya untuk mengungkapkan CSR, dimana pengungkapan CSR perusahaan justru memberikan kerugian kompetitif karena tambahan pengeluaran biaya tersebut (Deva 2016).

Besar kecilnya laba perusahaan tidak dapat dijadikan acuan terhadap luasnya pengungkapan-pengungkapan social perusahaan. Hasil penelitian ini tidak mendukung teori stakeholder, hal ini dikarenakan baik perusahaan yang memiliki laba yang kecil maupun laba yang besar berusaha memberikan pengungkapan social sesuai yang dibutuhkan oleh masyarakat terutama investor.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Gusti dan Ida (2015) Penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas berhubungan positif dengan pada Perusahaan Otomotif yang terdaftar di BEI Tahun 2011S-2018. Berbeda dengan penelitian Reki, Tumpal, dan Inge (2018) yang menemukan bahwa *return on asset* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Pengaruh *Leverage* Terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

Berdasarkan hasil uji t untuk variabel *Leverage*, diperoleh nilai t hitung sebesar $-1,268 < t\text{-tabel } 2,051$ dengan nilai signifikan sebesar $0,216$ dimana nilai signifikannya $> 0,05$. Jika nilai t hitung lebih kecil dari t tabel dan signifikan lebih besar dari $0,05$ maka H_a ditolak (Ghozali, 2016). Hal ini menunjukkan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pada Perusahaan Otomotif yang terdaftar di BEI Tahun 2011-2018. Dengan adanya undang-undang nomor 40 tahun 2007 maka setiap perusahaan akan merasa bahwa mereka juga memiliki tanggung jawab sosial terhadap lingkungan dan para debiturnya. Ini berarti perusahaan tidak perlu meningkatkan pengungkapan CSR nya hanya karena ingin menghilangkan keraguan dan mendapatkan kepercayaan dari kreditur, sehingga rasio kepemilikan hutang tidaklah berpengaruh terhadap luas pengungkapan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan Amsyari (2013). Dikaitkan dengan teori *stakeholder* perusahaan dengan *leverage* tinggi maupun rendah kemungkinan besar akan merasakan pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk mengadukan laba kini lebih tinggi, agar laba yang diadukan tinggi maka manajer pasti meminimalisir biaya-biaya termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial Trinanda (2018).

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Gusti dan Ida (2015) Penelitian ini menunjukkan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pada Perusahaan Otomotif yang terdaftar di BEI Tahun 2011S-2018. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputra (2016) yang menyatakan *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengaruh Agresivitas Pajak, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

Berdasarkan diperoleh nilai F hitung sebesar 25,137 dan F-tabel 2,73 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai signifikannya $< 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_5 diterima, artinya Agresivitas Pajak, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *leverage* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pada Perusahaan Otomotif yang terdaftar di BEI tahun 2011-2018.

Nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,757. Hal ini berarti varians ETR, SIZE, ROA dan DAR dapat menjelaskan *Corporate Social Responsibility Disclosure* sebesar 75,7%. Sedangkan sisanya sebesar $100\% - 75,7\% = 24,3\%$ dijelaskan oleh faktor-faktor lain selain variabel yang diteliti di atas.

Faktor-faktor lain pada penelitian ini yaitu variabel selain dari variabel pada penelitian ini seperti CETR, Logn Total Penjualan, ROE dan sebagainya. Hasil penelitian ini menunjukkan varians Agresivitas Pajak, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *leverage* dapat menjelaskan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pada Perusahaan Otomotif yang terdaftar di BEI tahun 2011-2018.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Kafka (2019) dan Ana (2018) Agresivitas Pajak, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *leverage* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pada Perusahaan Otomotif yang terdaftar di BEI tahun 2011-2018.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan uji hipotesis pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Agresivitas Pajak secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pada perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2011-2018. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t-hitung sebesar -1,578 dengan nilai signifikan sebesar 0,126 dimana nilai signifikannya $> 0,05$.
2. Ukuran Perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pada perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2011-2018. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t-hitung sebesar 6,179 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 dimana nilai signifikannya $> 0,05$.
3. Profitabilitas secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pada perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2011-2018. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t-hitung sebesar 1,064 dengan nilai signifikan sebesar 0,297 dimana nilai signifikannya $> 0,05$.
4. *Leverage* secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pada perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2011-2018. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t-hitung sebesar -1,268 dengan nilai signifikan sebesar 0,216 dimana nilai signifikannya $> 0,05$.
5. Agresivitas Pajak, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *leverage* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pada perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2011-2018. Hal ini ditunjukkan oleh nilai F-hitung 25,137 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai signifikannya $< 0,05$.

REFERENSI

- Chariri, A. (2012). "Kritik Sosial Atas Pemakaian Teori Dalam Penelitian Pengungkapan Sosial Dan Lingkungan".
- Ghozali, Imam. dan Anis Chariri. 2016, Teori Akuntansi, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2015. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Edisi Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Gray, R. (1995). *Corporate Social and Environmental Reporting. Accounting, Auditing & Accountability Journal*.
- Kasmir, 2014. Analisis Laporan Keuangan, Edisi Pertama, Cetakan Ketujuh. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Kasmir. 2016. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Muhammad Kafka Efendi 2019. "Pengaruh Agresivitas pajak, ukuran perusahaan, *profitabilitas, leverage* dan kepemilikan saham publik terhadap *Corporate Social Responsibility*". Jurnal Penelitian Universitas Muria Kudus
- Rusdianto, Ujang. 2013. *CSR Communication a Framework for PR Practitioners*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- www.idx.co.id/
- communication.binus.ac.id
- www.ojk.co.id
- Global Reporting Initiative (GRI). (2016). Sustainability Reporting Guidelines (versi GRI-G4 Bahasa Indonesia). www.globalreporting.org