

Kapitalisasi Pasar, Profitabilitas, Agresivitas Pajak dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Ni Luh Ketut Windy Gangga Maha Putri¹
Putu Ery Setiawan²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Indonesia

*Correspondences: windymahaputri@gmail.com

ABSTRAK

Lingkungan tempat perusahaan beroperasi harus merasakan dampak positif dari keberadaan perusahaan tersebut. Hal ini dapat dilakukan dengan melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pengungkapan CSR disebabkan oleh beberapa hal. Tujuan dari penelitian ini untuk menguji korelasi kapitalisasi pasar, profitabilitas, dan agresivitas pajak pada pengungkapan CSR. Penelitian ini dilaksanakan pada entitas sektor manufaktur yang melantai di BEI berjumlah 189 perusahaan. Penentuan sampel memakai teknik *purposive sampling* dengan beberapa syarat dan diperoleh sejumlah 139 perusahaan. Data amatan yang diperoleh sebanyak 417 data karena penelitian ini menggunakan kurun waktu 3 tahun dari tahun 2017 sampai 2019. Metode analisis data yang dipergunakan yakni analisis regresi linear berganda. Adapun hasil dari penelitian yaitu tidak terdapat pengaruh antara agresivitas pajak pada pengungkapan CSR. Kapitalisasi pasar dan profitabilitas mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Kata Kunci: Pengungkapan CSR; Kapitalisasi Pasar; Profitabilitas; Agresivitas Pajak.

Market Capitalization, Profitability, Tax Aggressiveness and Disclosure of Corporate Social Responsibility

ABSTRACT

The environment in which the company operates must feel the positive impact of the company's existence. This can be done by implementing Corporate Social Responsibility (CSR). CSR disclosure is influenced by several factors. This study aims to examine the effect of market capitalization, profitability, and tax aggressiveness on CSR disclosure. This research was conducted on the manufacturing sector companies listed on the Stock Exchange totaling 189 companies. The sample was determined using purposive sampling method with several criteria and obtained a number of 139 companies. The observational data obtained were 417 data because this study used a period of 3 years from 2017 to 2019. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that tax aggressiveness has no effect on CSR disclosure. Market capitalization and profitability have a positive effect on CSR disclosure.

Keywords: CSR Disclosure; Market Capitalization; Profitability; Tax Aggressiveness

Artikel dapat diakses: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/index>



e-ISSN 2302-8556

Vol. 32 No. 9
Denpasar, 26 September 2022
Hal. 2801-2812

DOI:
10.24843/EJA.2022.v32.i09.p13

PENGUTIPAN:

Putri, N. L. K. W. G. M. &
Setiawan, P. E. (2022).
Kapitalisasi Pasar,
Profitabilitas, Agresivitas
Pajak dan Pengungkapan
Corporate Social Responsibility.
E-Jurnal Akuntansi, 32(9),
2801-2812

RIWAYAT ARTIKEL:

Artikel Masuk:
27 Juli 2022
Artikel Diterima:
29 Agustus 2022

PENDAHULUAN

Perusahaan harus bersaing secara ketat untuk mencapai tujuan dan menjadi lebih unggul dari perusahaan lainnya. Eksploitasi besar-besaran untuk kepentingan usaha sering terjadi. Perusahaan membutuhkan tanggapan yang baik dari masyarakat untuk memperoleh kesuksesan melalui hal-hal yang dilakukan perusahaan untuk *stakeholder* (Anggita *et al.*, 2019)

Perusahaan mempunyai tanggung jawab kepada lingkungannya karena lingkungan tersebut merupakan bagian dari pemangku kepentingan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah tanggung jawab di bidang sosial oleh entitas kepada lingkungan dan masyarakat sekitar guna menjaga keberlangsungan hidup lingkungannya, hal ini karena selama entitas masih melakukan kegiatan operasional maka akan selalu mempunyai tanggung jawab sosial kepada lingkungan sekitarnya (Febriana *et al.*, 2019)

Pengungkapan CSR dilakukan agar pihak investor dapat melakukan pengambilan keputusan yang tepat berdasarkan informasi yang ada. Informasi tersebut salah satunya adalah CSR yang diungkapkan oleh perusahaan. Perusahaan manufaktur paling sering bersinggungan dengan alam sehingga pengungkapan CSR dari sektor tersebut harus lebih luas lagi sejalan dengan kegiatan usaha mereka. Menurut Manurung *et al.* (2017), tujuan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah untuk mendapatkan keunggulan kompetitif atas perusahaan lain.

Pengungkapan informasi dalam perusahaan salah satunya adalah kegiatan CSR. Tingkat kapitalisasi pasar mencerminkan perusahaan menarik perhatian investor. Perusahaan dengan kapitalisasi pasar yang besar membuat nilai perusahaan meningkat sehingga pengungkapan CSR diharapkan meningkat juga. Menurut Suhardjanto *et al.* (2018), perusahaan semakin menyadari manfaat dari pengungkapan CSR dan bagi yang belum, perusahaan tersebut berada di bawah tekanan besar untuk memulai.

Hubungan antara profitabilitas dan pengungkapan CSR didasari atas teori legitimasi dimana perusahaan mengungkapkan CSR untuk respon positif dan legitimasi di lingkungan masyarakat (Hapsoro & Sulistyarini, 2019). Profitabilitas yang tinggi menunjukkan kinerja dan kondisi keuangan perusahaan yang baik untuk melakukan tindakan CSR serta mengungkapkannya secara terbuka (Santoso *et al.*, 2017).

Menurut Dinhi *et al.* (2019), agresivitas pajak menjadi salah satu taktik yang dilakukan oleh manajemen dalam perusahaan sebagai cerminan dari ketidakpatuhan terhadap peraturan. Tindakan agresivitas pajak dapat menyebabkan dampak bagi perusahaan karena adanya pandangan buruk terhadap reputasi perusahaan. Untuk mengatasi hal tersebut, perusahaan biasanya akan menutupi dengan melakukan tindakan sosial.

Legitimasi merupakan suatu kontrak sosial yang secara tidak langsung perusahaan bertanggung jawab kepada masyarakat dan lingkungan. Agar mampu bertahan dalam lingkungannya, maka perusahaan harus mengupayakan legitimasi atau pengakuan baik dari seluruh pemangku kepentingan. Tanpa adanya legitimasi, perusahaan tidak dapat menjaga kelangsungan hidupnya termasuk juga keadaan finansial perusahaan (Wijaya & Bsuki, 2017).

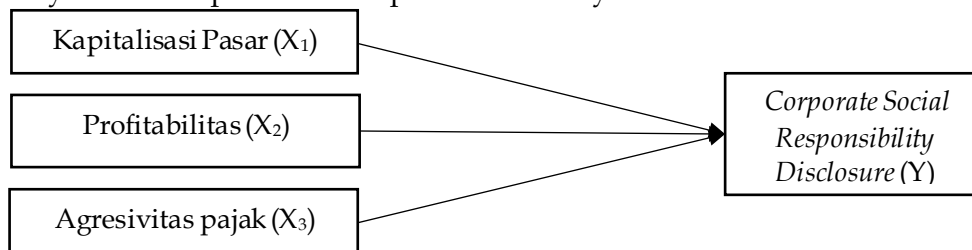
Teori *stakeholder* mengharuskan perusahaan memenuhi kepentingan dari para pemangku kepentingan yang ada. Perusahaan yang melakukan kegiatan CSR mampu memberi dampak positif pada lingkungan. Sebuah entitas akan selalu berupaya memuaskan keinginan *stakeholder* melalui pengungkapan kegiatan CSR yang berguna pengambilan keputusan oleh *stakeholder*.

Menurut (Febriana *et al.*, 2019) CSR adalah sebuah tanggung jawab di bidang sosial oleh suatu entitas kepada lingkungan dan masyarakat sekitar guna menjaga kelestarian lingkungan, yang mana selama suatu entitas masih melakukan kegiatan operasionalnya maka akan terus berdampingan dengan lingkungan serta masyarakat sekitar dalam hal melaksanakan tanggung jawab sosial. Pengungkapan CSR meliputi seluruh data yang disampaikan pada *stakeholder* mengenai akibat dari tindakan perusahaan bagi sosial dan lingkungannya. (Isa & Muhammad, 2015)

Kapitalisasi pasar dapat dijadikan bahan pengukuran keberhasilan dan kegagalan perusahaan. Menurut (Indraswari & Mimba, 2017), melambungnya harga saham menyebabkan meningkatnya jumlah pemodal yang menginginkan untuk bergabung, maka pihak manajemen akan lebih detail dalam hal mengungkapkan informasi perusahaan. Kapitalisasi yang besar pada perusahaan membuat investor tertarik dan ingin bergabung sehingga tanggung jawab perusahaan terkait pengungkapan informasi menjadi lebih ketat lagi khususnya adalah pengungkapan informasi CSR.

Profitabilitas mencerminkan keefektifan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimiliki (Sekarwigati & Effendi, 2019). Profitabilitas digunakan untuk memberikan gambaran tentang keefektifan sebuah entitas dalam menghasilkan keuntungan (Budiyono & Maryam, 2017). Profitabilitas yang baik mencerminkan keuangan yang baik juga. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan tanggung jawab sosialnya (Ruroh & Latifah, 2015)

Kegiatan agresivitas pajak dilaksanakan guna memperkecil beban pajak sebuah entitas yang menyita perhatian masyarakat akibat ketidaksesuaiannya dengan harapan pemerintah maupun masyarakat (Plorensia & Hardiningsih, 2015). Tujuan memperkecil total pajak yang harus dilunasi perusahaan merupakan satu dari sekian hal yang menyertakan masyarakat, etika, maupun pertimbangan oleh pihak *stakeholder* suatu entitas. Semakin agresif perusahaan dalam hal pembayaran pajak, maka perusahaan tersebut semakin berkurang perannya dalam implikasi untuk publik dan masyarakat.



Gambar. 1 Kerangka Konseptual Penelitian

Sumber: Data Penelitian, 2021

Menurut Azis *et al.* (2015:276), kapitalisasi pasar adalah istilah yang merujuk pada keseluruhan dari saham perusahaan, yang berarti seluruh harga

yang wajib dibayarkan oleh seseorang ketika ingin membeli sebuah entitas secara keseluruhan. Perusahaan yang besar akan cenderung menjadi pusat perhatian masyarakat dan dalam hal ini, perusahaan tersebut harus menjaga legitimasinya. Melakukan CSR adalah salah satu kegiatan untuk menjaga kepercayaan masyarakat.

Entitas dengan kapitalisasi pasar yang cukup besar mempunyai hubungan yang lebih luas pada pemangku kepentingannya, untuk itu diharapkan manajemen mampu memberikan informasi tentang entitas tersebut dengan sejelas-jelasnya (Indraswari & Mimba, 2017). Salah satu pengungkapannya adalah pengungkapan CSR. Selain itu, semakin baik sebuah perusahaan dalam menjalankan bisnisnya maka semakin tinggi nilai kapitalisasinya. Perusahaan dengan tingkat kapitalisasi yang besar berarti perusahaan dengan citra yang tinggi dan dengan menjaga pandangan tersebut, mereka akan mengungkapkan kegiatan CSR lebih banyak untuk menjaga legitimasi di mata masyarakat.

Uraian tersebut sejalan dengan penelitian Indraswari & Mimba, 2017 dan Oktavila & NR, 2019 yang mengungkapkan bahwa kapitalisasi pasar mempunyai pengaruh positif pada pengungkapan CSR. Maka dari itu, berikut adalah hipotesis pertama penelitian ini.

H₁ : Kapitalisasi pasar mempunyai pengaruh positif pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Profitabilitas yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan baik dan juga menunjukkan kondisi keuangan yang baik untuk melakukan tindakan CSR serta mengungkapkannya secara terbuka (Santoso *et al.*, 2017). Suatu entitas yang mempunyai tingkat profitabilitas tinggi dapat menganggarkan biaya yang lebih tinggi pada aktivitas CSR (Santoso *et al.*, 2017).

Profitabilitas berkaitan dengan keuangan yang dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan dengan profitabilitas rendah akan fokus pada meningkatkan kinerja keuangan mereka sehingga mengurangi perhatian mereka terhadap lingkungan (Budiyono & Maryam, 2017). Jika tingkat profitabilitas perusahaan tinggi, maka perusahaan memiliki cukup dana dan siap untuk mengeluarkan biaya dalam kegiatan CSR. Profitabilitas yang baik mencerminkan kondisi perusahaan berada dalam keadaan yang baik juga. Tekanan yang kuat akan dirasakan oleh perusahaan yang memiliki kondisi keuangan baik terutama dalam melakukan pengungkapan CSR secara lebih luas. Hal ini karena tingginya tingkat profitabilitas suatu entitas menyebabkan semakin besar pula tanggung jawabnya dibidang sosial (Ruroh & Latifah, 2015). Tekanan yang tinggi ini bertujuan agar perusahaan tetap memiliki citra yang baik sehingga secara berkelanjutan dapat bertahan.

Uraian tersebut sejalan dengan penelitian Ruroh & Latifah (2015). Sama halnya dengan penelitian Pramesti & Budiasih, 2020, Hapsoro & Sulistyarini (2019) Dwipayadnya *et al.* (2015), dan Purbawangsa *et al.* (2019) yang mengungkapkan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh positif pada pengungkapan CSR. Berdasarkan hal itu, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah berikut ini.

H₂ : Profitabilitas mempunyai pengaruh positif pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Masyarakat akan memiliki pandangan negatif ketika perusahaan melakukan agresivitas pajak yang berdampak pada legitimasi sehingga

perusahaan mengungkapkan CSR lebih banyak lagi (Mashuri & Ermaya, 2020). Perusahaan yang melakukan agresivitas pajak membutuhkan pengungkapan tambahan informasi tentang CSR agar sesuai dengan harapan lingkungan (Setyoari & Tjaraka, 2018). Pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan dalam hal untuk mengalihkan perhatian masyarakat dari tindakan perusahaan mengurangi beban pajak karena tindakan tersebut tidak sesuai dengan harapan masyarakat.

Pengungkapan CSR dilakukan untuk menutupi tindakan perusahaan meminimalkan pajak atau tindakan agresivitas pajak dan diharapkan dapat mengubah pandangan negatif masyarakat sehingga memperoleh legitimasi masyarakat dengan cara melakukan kegiatan CSR yang lebih besar (Rahmawati & Rohman, 2019). Adanya informasi CSR akan membuat masyarakat berpikir bahwa perusahaan tidak hanya mementingkan kepentingan sendiri tetapi juga mementingkan kepentingan publik dan lingkungan. Perusahaan berharap dapat menarik perhatian masyarakat yang teralihkan dari tindakan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan dengan mengungkapkan CSR lebih luas lagi.

Adapun penelitian yang telah menguji hubungan agresivitas pajak dan pengungkapan CSR. Seperti halnya Lanis & Richardson (2015), Suryadewi & Rasmini (2018), Wijaya & Bsuki (2017), Setyoari & Tjaraka (2018), Palupi (2019) dan Turina Sapitri, (2020) menunjukkan terdapat korelasi positif antara agresivitas pajak dengan pengungkapan CSR. Berdasarkan dari uraian tersebut, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

H₃ : Agresivitas pajak berpengaruh positif pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada entitas bidang manufaktur yang telah melantai pada Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan cara membuka laman web BEI yakni www.idx.co.id. Obyek pada penelitian ini yakni kapitalisasi pasar, profitabilitas, agresivitas pajak, serta pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) entitas sektor manufaktur yang melantai di Bursa Efek Indonesia (BEI) kurun waktu 2017-2019.

Pedoman GRI G4 menyatakan indikator pengungkapan CSR yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan. Total indikator dalam pedoman G4 adalah sebanyak 91 indikator. Setiap item tersebut diberikan skor 1 ketika perusahaan mengungkapkannya dan diberikan skor 0 ketika tidak diungkapkan. Selanjutnya item-item tersebut dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan CSRDI. Perhitungannya adalah sebagai berikut.

$$CSRDI = \frac{\sum X_i}{91} \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

CSRDI = *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan
 $\sum X_i$ = X_i memiliki nilai 1 apabila item i diungkapkan serta X_i memiliki nilai 0 apabila item i tidak diungkapkan

Kapitalisasi pasar merupakan harga saham secara keseluruhan yang dijual di pasar saham. Perhitungan kapitalisasi pasar dengan cara mengalikan antara harga saham yang dijual pada pasar saham dengan total saham yang beredar

(Deitiana, 2015). Adapun pengukuran variabel kapitalisasi pasar dapat dirumuskan seperti berikut ini.

$$\text{Kapitalisasi pasar} = \text{Ln}(\text{harga pasar saham} \times \text{total saham yang beredar}) \dots\dots\dots (2)$$

Profitabilitas dapat didefinisikan sebagai kekuatan sebuah entitas dalam mendapatkan laba sebagai usaha guna meningkatkan nilai sahamnya (Sekarwigati & Effendi, 2019). Untuk menentukan profitabilitas perusahaan, penelitian ini menggunakan *proxy Return on Asset* (ROA). ROA merupakan perbandingan antara laba neto setelah pajak dengan aktiva. ROA menunjukkan kekuatan perusahaan dalam memanfaatkan aktivitya untuk memperoleh laba. ROA dapat dijadikan pembanding karena perusahaan pada suatu sektor khususnya manufaktur biasanya menggunakan jenis aset yang sama dalam menjalankan operasionalnya, sehingga adanya keseragaman antara perusahaan manufaktur pada penelitian ini. Pengukuran ROA dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aktiva}} \times 100\% \dots\dots\dots (3)$$

Variabel agresivitas pajak diukur menggunakan proksi *Effective Tax Rates* (ETR). Semakin rendah nilai ETR, maka perusahaan terlihat semakin mengindikasikan adanya agresivitas pajak. Rendahnya nilai ETR dapat terjadi saat entitas ingin tetap menjaga persentase labanya, namun berupaya memperkecil penghasilan kena pajak dengan melakukan tindakan agresivitas pajak. Jika pajak memiliki hasil ETR yang mendekati nol, maka semakin tinggi kecenderungan perusahaan dalam melakukan agresivitas pajak (Mashuri & Ermaya, 2020). ETR mampu memberikan penjelasan secara detail tentang perubahan beban pajak, hal ini karena mewakili pajak tangguhan serta pajak kini. Proksi ETR dapat dihitung sebagai berikut.

$$\text{ETR} = \frac{\text{Beban Pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}} \dots\dots\dots (4)$$

Tabel 1 Hasil Seleksi Pemilihan Sampel

No.	Keterangan	Akumulasi Total Perusahaan
1	Perusahaan sektor manufaktur yang telah terdaftar pada Bursa Efek Indonesia pada kurun waktu 2017-2019.	182
2	Perusahaan sektor manufaktur yang tidak terdaftar secara berkesinambungan pada kurun waktu 2017-2019	(28)
3	Perusahaan sektor manufaktur yang tidak memiliki informasi lengkap berupa <i>annual report</i> yang digunakan sebagai kelengkapan data terkait variabel yang digunakan	(12)
4	Perusahaan sektor manufaktur yang memiliki tahun tutup buku diluar 31 Desember	(2)
5	Perusahaan sektor manufaktur yang disuspensi selama periode penelitian	(1)
	Jumlah Sampel	139

Sumber: Data Penelitian, 2021

Metode pengumpulan data pada penelitian ini ialah metode observasi *non partisipan* yang berarti peneliti tidak memiliki keterlibatan pada aktivitas sehari-hari objek penelitian (Sugiyono, 2017:146). Populasi penelitian ini yakni entitas

sektor manufaktur yang melantai di Bursa Efek Indonesia pada kurun waktu 2017-2019. Sampel penelitian ini diambil dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah metode pengumpulan sampel dengan memberikan kriteria-kriteria tertentu yang ditetapkan peneliti, seperti berikut ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel. 2 memperlihatkan hasil uji statistik deskriptif, uji ini disajikan untuk memberi gambaran dari suatu data dilihat dari jumlah sampel, nilai rata-rata (*mean*), nilai maksimum dan minimum, dan juga *Standard Deviation*.

Tabel 2. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengungkapan CSR (Y)	417	0,02	0,77	0,302	0,180
Kapitalisasi Pasar (X1)	417	15,82	35,89	28,173	2,317
Profitabilitas (X2)	417	-0,40	0,92	0,048	0,104
Agresivitas Pajak (X3)	417	-10,17	4,38	0,200	0,753
Valid N (listwise)	417				

Sumber: Data Penelitian, 2021

Tabel 2 memperlihatkan total pengamatan dalam penelitian ini sebanyak 417 data dilihat dari kolom N. Pengungkapan CSR atau dalam tabel memiliki jumlah 417 data dengan nilai minimum yakni 0,2 serta nilai maksimum 0,77. CSRD memiliki nilai *mean* 0,302 dengan standar deviasi sebesar 0,180.

Kapitalisasi pasar memiliki jumlah 417 data dan nilai minimum 15,82 serta nilai maksimum 35,89. KP memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 28,173 dengan standar deviasi sebesar 2,317. Profitabilitas memiliki jumlah 417 data dengan nilai minimum -0,40 serta nilai maksimum 0,92. ROA memiliki nilai rata-rata 0,0484 dan standar deviasi 0,10414. Agresivitas pajak atau dalam tabel di atas disebut AP memiliki jumlah 417 data dan nilai minimum -10,17 serta nilai maksimum 4,38. AP memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,200 dan standar deviasi sebesar 0,753.

Penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda yang diuji dengan tingkat signifikansi 5 persen. Model ini bertujuan melakukan analisis atas pengaruh kapitalisasi pasar, profitabilitas, dan agresivitas pajak pada pengungkapan CSR. Analisis regresi linier berganda bertujuan mengetahui korelasi variabel independen pada variabel dependennya. Hasil uji regresi linier berganda diperlihatkan pada Tabel. 3 seperti berikut ini.

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-0,723	0,097		-7,478	0,000
Kapitalisasi Pasar (X1)	0,036	0,003	0,465	10,458	0,000
Profitabilitas (X2)	0,161	0,077	0,093	2,094	0,037
Agresivitas Pajak (X3)	-0,001	0,010	-0,003	-0,069	0,945

a. *Dependent Variable:* Pengungkapan CSR (Y)

Sumber: Data Penelitian, 2021

Hipotesis pertama adalah kapitalisasi pasar mempunyai pengaruh positif pada pengungkapan CSR. Nilai signifikansi uji-t variabel kapitalisasi pasar yakni

0,000 yang berarti nilainya kurang dari 0,05 serta nilai koefisien regresi yakni 0,036. Hasil tersebut menunjukkan arti bahwa variabel kapitalisasi pasar mempunyai pengaruh positif pada pengungkapan CSR.

Hipotesis kedua adalah profitabilitas mempunyai pengaruh positif pada pengungkapan CSR. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji-t sebesar 0,037 yang berarti nilainya kurang dari 0,05 dan koefisien regresi sebesar 0,161. Hasil tersebut berarti profitabilitas memiliki pengaruh positif pada pengungkapan CSR.

Hipotesis ketiga adalah agresivitas pajak mempunyai pengaruh positif pada pengungkapan CSR. Nilai signifikansi uji-t sebesar 0,945 yang berarti nilainya lebih dari 0,05 serta koefisien regresi yakni -0,001. Hal ini menggambarkan bahwa agresivitas pajak tidak memiliki pengaruh pada pengungkapan CSR.

Koefisien regresi variabel kapitalisasi pasar sebesar 0,036 dengan tanda koefisien regresi positif berarti perusahaan dengan tingkat kapitalisasi besar memiliki tingkat pengungkapan CSR sebesar 0,036 lebih tinggi dari perusahaan dengan kapitalisasi kecil. Nilai signifikansi variabel kapitalisasi pasar yaitu 0,000 kurang dari 0,05, artinya kapitalisasi pasar mempunyai pengaruh positif pada pengungkapan CSR.

Investor dapat dikatakan tertarik untuk berinvestasi di perusahaan yang memiliki nilai kapitalisasi pasar tinggi dengan harapan memiliki potensi pertumbuhan yang baik. Kapitalisasi pasar yang tinggi berarti perusahaan tersebut adalah perusahaan yang besar. Sesuai dengan teori *stakeholder*, entitas yang mempunyai kapitalisasi pasar yang besar mempunyai hubungan yang lebih luas dengan *stakeholder*-nya, maka tekanan yang besar dialami oleh perusahaan untuk memenuhi peraturan yang ada sehingga menunjukkan akuntabilitas secara lebih luas, salah satunya adalah dengan mengungkapkan CSR secara lebih banyak lagi.

Koefisien regresi variabel profitabilitas (ROA) sebesar 0,161 dengan tanda koefisien regresi positif berarti perusahaan dengan profitabilitas tinggi memiliki tingkat pengungkapan CSR sebesar 0,161 lebih tinggi dari perusahaan dengan profitabilitas rendah. Nilai signifikansi variabel profitabilitas yakni 0,037 kurang dari 0,05, artinya variabel profitabilitas mempunyai pengaruh positif pada pengungkapan CSR.

Kinerja serta keadaan keuangan perusahaan yang baik dapat dilihat dari tingkat profitabilitas yang tinggi. Perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi akan menganggarkan biaya yang lebih tinggi bagi aktivitas CSR. Besarnya profit yang dihasilkan berdampak pada besarnya pengungkapan CSR yang dilaksanakan perusahaan. Hal ini sebagai bentuk informasi ke para pemangku kepentingan serta memberikan keyakinan bahwa kegiatan sebuah entitas sudah sesuai dengan nilai-nilai sosial yang berlaku.

Koefisien regresi variabel agresivitas pajak sebesar -0,001 dengan tanda koefisien regresi negatif berarti perusahaan dengan agresivitas pajak yang besar memiliki tingkat pengungkapan CSR sebesar 0,001 lebih rendah dari perusahaan dengan agresivitas pajak yang rendah. Nilai signifikansi variabel agresivitas pajak yakni 0,945 lebih dari 0,05, artinya variabel agresivitas pajak tidak mempunyai pengaruh pada pengungkapan CSR.

Agresivitas pajak tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR karena tekanan dari masyarakat, para aktivis sosial dan lingkungan serta pengawasan oleh pemerintah tidak hanya berpusat pada tingkat agresivitas pajak perusahaan. Menurut Nusantari *et al.* (2015), hal ini terjadi karena agresivitas pajak di Indonesia belum dipublikasikan kepada masyarakat sehingga perusahaan tidak perlu menghindari pandangan buruk dan berusaha mendapatkan legitimasi dari masyarakat dengan melakukan tindakan CSR lebih luas lagi.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu oleh Indraswari & Mimba (2017) yakni adanya korelasi positif antara kapitalisasi pasar pada pengungkapan CSR. Penelitian Oktavila & NR (2019) juga menyatakan pengungkapan CSR dipengaruhi oleh kapitalisasi pasar.

Adapun beberapa penelitian yang selaras dengan hasil penelitian ini. Seperti halnya penelitian Oktavianawati & Sri (2018), Pramesti & Budiasih (2020), dan Dwipayadnya *et al.* (2015) yang menemukan adanya pengaruh dan hubungan positif antara profitabilitas dengan pengungkapan CSR.

Adapun beberapa penelitian yang selaras dengan hasil penelitian ini. Seperti halnya Nusantari *et al.* (2015) dan Ramadhan & Amrin (2019) yang menyatakan agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka dapat disimpulkan sebagai berikut kapitalisasi pasar dan profitabilitas mempunyai pengaruh positif pada pengungkapan CSR, namun agresivitas pajak tidak mempunyai pengaruh pada pengungkapan CSR. Banyaknya item CSR yang diungkapkan perusahaan dalam penelitian ini tidak ditentukan berdasarkan besar kecilnya tingkat agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan. Perusahaan yang telah melantai di BEI khususnya yang menjadi sampel pada penelitian ini diharapkan tetap mempertahankan CSR yang dilakukan. Pemerintah dapat memberikan pedoman CSR secara keseluruhan dan jelas serta menjadi pengawas bagi perusahaan dalam mengungkapkan CSR. Untuk para investor maupun calon investor diharapkan tidak hanya menilai perusahaan dari aspek ekonomi saja tetapi juga aspek tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan.

REFERENSI

- Anggita, Mala Ayu, Putri, T. E., & Kurniawan, A. (2019). The Effect of Tax Avoidance, Earning Management and Political Connection on Corporate Social Responsibility Disclosure: Indonesian Manufacturing Companies Evidence. *Accounting Research Journal of Sutaatmadja (ACCRUALS)*, 03(2), 212-225.
- Azis, M., Nadir, M., & Mintarti, S. (2015). Manajemen Investasi Fundamental, Teknikal, Perilaku Investor dan Return Saham.
- Budiyono, B., & Maryam, D. (2017). Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) Through Company Characteristics at Company Listed on LQ45 Indonesia Stock Exchange (IDX). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 2017(2), 21-33.
- Deitiana, T. (2015). The Determinant of CSR Disclosure of Mining Industry Listed in Indonesia Stock Exchange. *Asian Business Review*, 5(3), 141-148.

- <https://doi.org/10.18034/abr.v5i3.66>
- Dinhi, Z. D., Habbe, A. H., Rura, Y., & Departemen. (2019). The Effect of Tax Aggressiveness , Violation Regulation of FSA , and Foreign Ownership on CSR Disclosure. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 75, 204-207.
- Dwipayadnya, P. A., Luh, N., Wiagustini, P., Bgs, I., & Purbawangsa, A. (2015). Profitabilitas Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*, 20(2), 150-157.
- Febriana, E. A., Halim, A., & Sari, A. R. (2019). Pengaruh Elemen-Elemen Corporate Governance Dan Kualitas Audit Terhadap Luas Pengungkapan (Studi Empiris pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2015) Abdul Halim. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 8(1), 1-14.
- Hapsoro, D., & Sulistyarini, R. D. (2019). The effect of profitability and liquidity on CSR disclosure and its implication to economic consequences. *The Indonesian Accounting Review*, 9(2), 143. <https://doi.org/10.14414/tiar.v9i2.1730>
- Indraswari, I. G. A. L., & Mimba, N. P. S. H. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Kapitalisasi Pasar dan Kepemilikan Saham Publik pada Tingkat PENGungkapan CSR. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 20(2), 1219-1248.
- Isa, M. A., & Muhammad, S. (2015). The Impact of Board Characteristics on Corporate Social Responsibility Disclosure : Evidence from Nigerian Food Product Firms. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 1(12), 34-45.
- Lanis, R., & Richardson, G. (2015). Is Corporate Social Responsibility Performance Associated with Tax Avoidance? *Journal of Business Ethics*, 127(2), 439-457. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2052-8>
- Manurung, D. T. H., Kusumah, R. W. R., & Hapsari, D. W. (2017). Effect of Corporate Governance , Financial Performance and Environmental Performance on Corporate Social Responsibility Disclosure. *International Journal of Arts and Commerce*, 6(5), 15-28.
- Mashuri, A. A. S., & Ermaya, H. N. L. (2020). The Effect of Tax Aggressiveness and Media Exposure on Corporate Social Responsibility Disclosure with Profitability as Moderated Variables Social and Environmental Responsibility must be owned by the company in generating profits . *Advances in Economics, Business and Management Research*, 124(47), 16-28.
- Nusantari, N. I., Nuzula, N. F., & Darono, A. (2015). Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi pada Perusahaan yang Terdaftar dalam Indeks SRI KEHATI Tahun 2011-2013). *Jurnal Administrasi Bisnis - Perpajakan (JAB)*, 5(2), 1-9.
- Oktavianawati, L., & Sri, I. F. (2018). The Factors that Influence the Disclosure of Corporate Social Responsibility. *Accounting Analysis Journal*, 7(2), 119-126. <https://doi.org/10.15294/aaj.v7i2.23738>
- Oktavila, & NR, E. (2019). Pengaruh Kapitalisasi Pasar dan Good Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(3), 1184-1199.
- Palupi, A. (2019). The Relationship among Media Exposure, Taxes Aggressiveness

- , and Corporate Governance on CSR Disclosure. *Global Academy of Training & Research (GATR)*, 4(4), 96–105.
- Plorensia, W., & Hardiningsih, P. (2015). Pengaruh Agresivitas Pajak dan Media Eksplosure Terhadap Corporate Social Responsibility. *Dinamika Akuntansi Keuangan Dan Perbankan*, 4(2), 136–151.
- Pramesti, A. A. W. L., & Budiasih, I. G. A. N. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Publik pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 30(4), 1006–1018.
- Purbawangsa, I. B. A., Solimun, S., Fernandes, A. A. R., & Mangesti Rahayu, S. (2019). Corporate governance, corporate profitability toward corporate social responsibility disclosure and corporate value (comparative study in Indonesia, China and India stock exchange in 2013-2016). *Social Responsibility Journal*, 16(7), 983–999. <https://doi.org/10.1108/SRJ-08-2017-0160>
- Rahmawati, A. P., & Rohman, A. (2019). Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 8(2015), 1–11.
- Ramadhan, A., & Amrin, A. (2019). Profitabilitas, Agresivitas Pajak Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *Economos: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 45–50.
- Ruroh, I. N., & Latifah, S. W. (2015). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Risk Minimization Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bei Periode 2015-2016). *JURNAL AKADEMI AKUNTANSI*, 1(1), 42–53.
- Santoso, A. D., Utomo, S. W., & Astuti, E. (2017). Pengaruh Kepemilikan Saham Publik, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure (Studi Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Periode 2012-2015). *The 9th FIPA: Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi-Universitas PGRI Madiun*, 5(1), 836–854.
- Sekarwigati, M., & Effendi, B. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Likuiditas Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. 16–33. <https://doi.org/10.33510/statera.2019.1.1.16-33>
- Setyoari, D. P., & Tjaraka, H. (2018). The Influence of Tax Aggressiveness on the Disclosure of Corporate Social Responsibility : A Study of Manufacturing Firms Listed on the Indonesian Stock Exchange 2011 - 2015. *Journal of Contemporary Accounting and Economics Symposium*, 235–240.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.
- Suhardjanto, D., Purwanto, P., Sari, K., & Setiany, E. (2018). Corporate governance and social disclosure: a comparative study of listed hospitality industries in South East Asia. *Int. J. Trade and Global Markets*, 11(1/2), 21–30.
- Suryadewi, I. A. I., & Rasmini, N. K. (2018). Pengaruh Agresivitas Pajak Pada Corporate Social Responsibility dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 23(1), 677–704.
- Turina Sapitri, M. P. R. (2020). The Influence Of Tax Aggressiveness On Corporate Social Responsibility. *International Journal for Innovation Education and Research*, 8(1), 44–48. <https://doi.org/10.31686/ijer.vol8.iss1.2063>

Wijaya, S. G. S., & Bsuki, H. P. T. (2017). Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(4), 1-15.