PENGARUH *GREEN ACCOUNTING*, *MEDIA EXPOSURE*, DAN AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

(Studi Kasus Perusahaan Sektor *Property, Real Estate, and Building Construction* pada Tahun 2018-2019 yang terlisting di Bursa Efek Indonesia)

SKRIPSI

Oleh:

Syarifah Syekha

NIM: G72217075

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

SURABAYA

2021

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Syarifah Syekha

NIM : G72217075

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Akuntansi

Judul Skripsi : Pengaruh *Green Accounting*, *Media Exposure* dan Agresivitas Pajak terhadap *Corporate Social Responsibility* (Studi Kasus Perusahaan Sektor *Property, Real Estate, and Building Construction* pada Tahun 2018-2019 yang terlisting di Bursa Efek Indonesia)

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 14 Juli 2021

Saya yang menyatakan,

Syarifah Syekha
NIM. G72217075

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Syarifah Syekha NIM. G72217075 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 13 Juli 2021

Pembimbing,

Imam Buchori, S.E., M.Si.
NIP : 196809262000031001

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Syarifah Syekha NIM. G72217075 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Jumat, 30 Juli 2021 dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam bidang Akuntansi.

Majelis Munaqasah Skripsi

Penguji 1	Penguji 2
Imam Buchori, SE., M.Si.	**Ana Toni Roby Candra Yudha, M.SEI.**
196809262000031001	**201603311**
Penguji 3	**Penguji 4**
Ade Irma Suryani Lating, M.S.A.	**Selvia Eka Aristantia, M.A.**
199110012019032020	**199307302019032029**

Surabaya, 05 Agustus 2021

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Dekan,

Dr. H. Ah. Ali Arifin, MM.

NIP. 196212141993031002

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Syarifah Syekha
NIM : G72217075
Fakultas/Jurusan : FEBI/Akuntansi
E-mail address : Syekha04@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (……)
yang berjudul :
Pengaruh *Green Accounting*, *Media Exposure*, dan Agresivitas Pajak terhadap *Corporate Responsibility* (Studi Kasus Perusahaan *Property, Real Estate, and Building Construction* pada Tahun 2018-2019 yang terlisting di Bursa Efek Indonesia)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 15 Agustus 2021

Penulis

(Syarifah Syekha)

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul ”Pengaruh *Green Accounting*, *Media Exposure*, dan Agresivitas Pajak terhadap *Corporate Social Responsibility* (Studi Kasus Perusahaan *Property, Real Estate, and Building Construction* pada Tahun 2018-2019 yang terlisting di Bursa Efek Indonesia)” ini membahas mengenai pengaruh dari *green accounting*, *media exposure*, dan agresivitas pajak terhadap *corporate social responsibility*. Adapun rumusan masalah penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan variabel *green accounting*, *media exposure*, dan agresivitas pajak terhadap *corporate social responsibility*.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatf yang menggunakan data sekunder berupa *annual report* perusahaan sektor *property, real estate, and buiding construction* yang terlisting di BEI tahun 2018-2019. Populasi pada penelitian ini ialah perusahaan sektor *property, real estate, and buiding construction* sejumlah 96 perusahaan. Metode sampel yang digunakan ialah *purposive sampling* dengan kriteria tertentu yang menghasilkan sampel dari populasi sejumlah 39 perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan ialah analisis regresi logistik dalam pengujian hipotesis dengan menggunakan *software* SPSS 25 saat mengolah data penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada tabel *variables in the equation* variabel independen yaitu *green accounting* dan *media exposure* secara parsial > 0,05 dan bernilai positif yang berarti variabel *green accounting* dan *media exposure* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen *corporate social responsibility*. Sedangkan, variabel independen agresivitas pajak memiliki nilai signifikansi > 0,05 dan bernilai negatif yang berarti bahwa agresivitas pajak tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen *corporate social responsibility*. Dalam pengujian *omnibus test* menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari variabel *green accounting*, *media exposure*, dan agresivitas pajak < 0,05 yang berarti bahwa secara simultan variabel independen berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan penelitian selanjutnya menggunakan variabel pendukung lainnya, sampel, serta periode penelitian yang berbeda sehingga dapat melihat konsistensi pengaruh variabel independen terhadap *CSR*. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan sebagai pedoman dalam meningkatkan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor *property, real estate, and buiding construction* sehingga dapat mendukung keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

Kata-kata Kunci : *Green Accounting*, *Media Exposure*, Agresivitas Pajak, dan *Corporate Social Responsibility.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM i
PERNYATAAN KEASLIAN ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING iii
PENGESAHAN iv
ABSTRAK vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR GAMBAR xi
DAFTAR TABEL xii
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 11
C. Tujuan Penelitian 12
D. Kegunaan Hasil Penelitian 12
BAB II KAJIAN PUSTAKA 14
A. Landasan Teori 14
1. *Stakeholder Theory* 14
2. *Legitimacy Theory* 16
3. Teori Akuntansi Sosial 17
4. *Corporate Social Responsibility* 19
5. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* 22
6. *Green Accounting* 24
7. *Media Exposure* 27
8. Agresivitas Pajak 29
B. Penelitian Terdahulu 30
C. Kerangka Konseptual 37
D. Hipotesis Penelitian 38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 42
A. Jenis Penelitian 42

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Waktu dan Tempat Penelitian 42
C. Populasi dan Sampel Penelitian 43
D. Variabel Penelitian 45
E. Definisi Operasional 45
F. Jenis Data, Sumber Data, dan Teknik Pengumpulan Data 48
G. Analisis Data 49
BAB IV HASIL PENELITIAN 56
A. Deskripsi Umum Objek Penelitian 56
B. Analisis Data 57
BAB V PEMBAHASAN 65
A. Pengaruh *Green Accounting* terhadap *Corporate Social Responsibility* ... 65
B. Pengaruh *Media Exposure* terhadap *Corporate Social Responsibility* 67
C. Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap *Corporate Social Responsibility* 70
D. Pengaruh *Green Accounting*, *Media Exposure*, dan Agresivitas Pajak terhadap *Corporate Social Responsibility* 72
BAB VI PENUTUP 73
A. Kesimpulan 73
B. Saran 73
DAFTAR PUSTAKA 75
LAMPIRAN 80

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perbandingan Pertumbuhan Sektor *Property, Real Estate, and Building Construction* dan GDP 1
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual 38

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Kriteria Sampel 56
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif 57
Tabel 4.3 *Iteration History* 59
Tabel 4.4 *Model Summary* 60
Tabel 4.5 *Hosmer and Lemeshow* 60
Tabel 4.6 *Classification* 61
Tabel 4.7 *Omnibus Test* 62
Tabel 4.8 *Variables in the Equation* 62

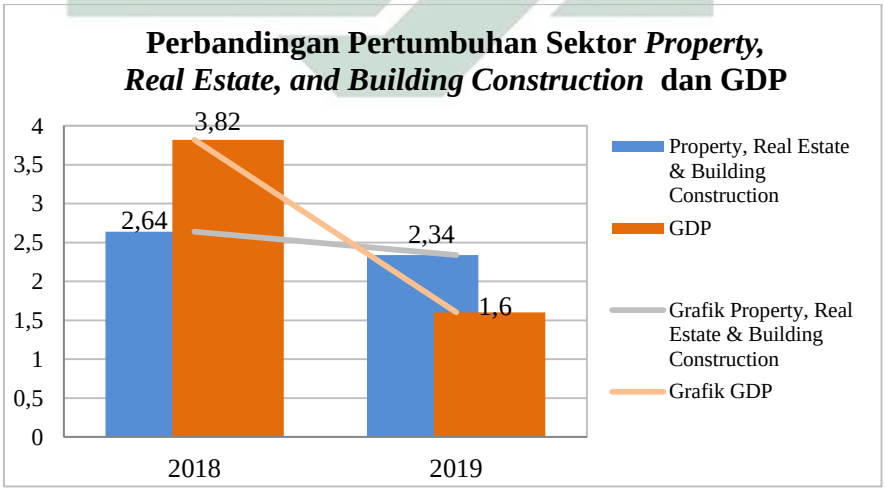
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan dalam era globalisasi ini, didorong lebih untuk memberikan kontribusi besar ke dalam berbagai aspek terutama pada aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.[1] Pertumbuhan ekonomi juga dipengaruhi dari kontribusi perusahaan terhadap negara yang berasal dari berbagai sektor. Salah satu sektor yang memiliki pengaruh cukup besar ialah sektor *property, real estate, and building construction*. Sektor *property, real estate, and building construction* ialah sektor yang bergerak dalam bidang pembangunan dengan memenuhi keperluan konsumen berupa rumah dan properti lainnya.

Gambar 1.1 Perbandingan Pertumbuhan Sektor *Property, Real Estate, and Building Construction* dan GDP



Sumber: Badan Pusat Statistik.

[1] Nurhaidah dan M. Insya Musa, "Dampak Pengaruh Globalisasi Bagi Kehidupan Bangsa Indonesia". *Jurnal Pesona Dasar*, No. 3, Vol. 3, (2015), 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan gambar diatas, laju pertumbuhan tahunan yang ada di *property, real estate, and building construction* pada tahun 2018 sebesar 2,64% yang menurun dari tahun sebelumnya. Namun, pada tahun 2019 laju pertumbuhan tahunan juga menurun menjadi 2,34%. Jika dibandingkan dengan laju pertumbuhan *GDP*, pada tahun 2018 sebesar 3,82% dan mengalami penurunan yang signifikan pada tahun 2019 sebesar 1,6%. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa terdapat penurunan laju pertumbuhan pada sektor ini yang disusul dengan penurunan *GDP* Indonesia.[2]

Suatu perusahaan memiliki tanggung jawab kepada *stakeholder*, yang tidak hanya mengutamakan pihak internal perusahaan dan pemilik modal saja tetapi juga harus mengutamakan karyawan, pemerintah, konsumen, serta masyarakat.[3] Namun, perusahaan sering kali di kritik terkait masalah sosial dan lingkungan yang sering terjadi dikarenakan perusahaan kurang memperhatikan dampak yang ditimbulkan terhadap lingkungan sekitar perusahaan. Dampak tersebut memberikan akibat buruk terhadap citra perusahaan yang dianggap kurang peduli terhadap lingkungan sekitarnya.

Citra suatu perusahaan tersebut dapat diatasi dan meningkat apabila suatu perusahaan memiliki tanggung jawab sosial. Tanggung

---

[2] Badan Pusat Statistik (BPS), "Laju Implisit PDB Seri 2010 (persen), tahun 2018 dan 2019", dalam https://www.bps.go.id/indicator/11/105/2/-seri-2010-laju-implisit-pdb-seri-2010.html diakses pada 18 Noveber 2020.

[3] Hardianti, "Peran *Green Accounting* dalam Upaya Mencegah Pencemaran Lingkungan untuk Menunjang Keberlangsungan Usaha (Studi pada PTPN Persero Pabrik Gula Takalar)", Skripsi—Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, (2017), 1.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jawab sosial atau yang dapat disebut *corporate social responsibility* (*CSR*) merupakan suatu konsep bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab kepada karyawan, konsumen, pemilik modal, masyarakat, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya untuk melaporkan kondisi operasionalnya dengan mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Hal tersebut sesuai dengan pemaparan Rustiarini (2010)[4], perusahaan seharusnya berfokus pada *triple bottom line* yang tidak hanya mengutamakan untuk memperoleh keuntungan (*profit*) saja, tetapi juga bertujuan untuk menciptakan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan menjaga lingkungan di sekitarnya (*planet*). Dengan demikian, tanggung jawab sosial dianggap penting karena dapat memengaruhi keberhasilan bisnis suatu perusahaan.

Penerapan dari tanggung jawab sosial ini disajikan ke dalam pengungkapan *CSR* yang ada di laporan tahunan suatu perusahaan. Hal tersebut sesuai dengan Undang-undang No. 40 Tahun 2007 pada BAB IV pasal 66 ayat 2 yang menyatakan bahwa laporan tahunan suatu perusahaan sekurang-kurangnya berisi mengenai laporan tanggung jawab sosial dan lingkungan.[5] Kemudian pelaksanaan *CSR* diatur pada BAB V pasal 74 mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan yang menyatakan bahwa perseroan yang bidangnya berkaitan dengan sumber daya alam memiliki kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.[6] Peraturan lainnya mengenai pelaksanaan *CSR* pada Undang-undang No.

[4] Ni Wayan Rustiarini, "Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*", *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, No. 1, Vol. 6, (2011), 2.
[5] Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
[6] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

25 Tahun 2007 pasal 15 poin b menyatakan bahwa setiap investor memiliki keharusan menerapkan dan melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.[7]

Pengungkapan *CSR* bersifat kewajiban yang ditujukan untuk investasi masa mendatang dan dituangkan ke dalam perencanaan dan tujuan dari suatu perusahaan.[8] Pengungkapan ini akan menjadi peluang perusahaan menjalin hubungan baik dengan masyarakat sekitar. Pengungkapan *CSR* pada umumnya didasarkan pada peraturan *GRI* (*Global Reporting Initiative Index*). *GRI* merupakan kumpulan dari prinsip-prinsip yang dijadikan landasan dalam penyusunan laporan berkelanjutan.[9] Prinsip-prinsip tersebut memuat berbagai aspek yang mencakup hal yaitu sosial, ekonomi, dan lingkungan.

Berdasarkan hasil riset "*Sustainability Reporting in ASEAN* : *State of Progress in Indonesia, Malaysia, Singapore, and Thailand*"[10] yang dilakukan oleh *Lawrence Loh, Nguyen Thi Phuong Thao, Isabel Sim Thomas Thomas, and Wang Yu* pada tahun 2015 yang dilakukan kepada masing-masing 100 perusahaan dari 4 negara menyatakan bahwa perusahaan yang terpilih telah melakukan pengungkapan *CSR* sesuai

---

[7] Undang-undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.

[8] Sistya Rachmawati, "Pengaruh Pengungkapan Sukarela dan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan Terhadap Koefisien Respon Laba", *Media Riset Akuntansi, Auditing, dan Informasi*, No. 2, Vol. 16, (2016), 142.

[9] Dian Anggraini, "Evaluasi Pelaksanaan dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR): Studi Pada PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant", *Accounting and Business Information Systems Journal*, No. 2, Vol. 2, (2019).

[10] Lawrence Loh, Nguyen Thi Phuong Thao, Isabel Sim Thomas Thomas, and Wang Yu, "*Sustainability Reporting in ASEAN* : *State of Progress in Indonesia, Malaysia, Singapore, and Thailand*", (2016), dalam https://bschool.nus.edu.sg/cgs/wp-content/uploads/sites/7/2018/10/ACN-CGIO-Sustainability-Reporting-in-ASEAN-2016.pdf diakses pada 04 Agustus 2021.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan pedoman pengungkapan *CSR*. Akan tetapi, presentase yang dimiliki Indonesia masih sebesar 48,4%.

Dalam riset tersebut menyatakan bahwa dari 4 negara tersebut belum melaksanakan pengungkapan terkait indikator lingkungan sesuai dengan indikator dari GRI. Perusahaan yang berada di Indonesia belum mengungkapkan laporan *CSR* pada website perusahaan. Selain itu, perusahaan di Indonesia terbukti masih lebih mementingkan aspek ekonomi dibandingkan aspek lainnya. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa pengungkapan *CSR* belum dilakukan secara maksimal oleh perusahaan yang ada di Indonesia.

Terdapat banyak faktor yang memengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*, dalam penelitian ini akan membahas 3 faktor yang memengaruhi yaitu *green accounting*, *media exposure*, dan agresivitas pajak. Faktor pertama yang memengaruhi pengungkapan *CSR* ialah *green accounting*. *Green accounting* merupakan suatu biaya-biaya yang dimasukkan sebagai penerapan akuntansi dengan maksud untuk melestarikan lingkungan sekitar.[11] Konsep *green accounting* dibutuhkan untuk melaporkan kepedulian suatu perusahaan terhadap lingkungannya.

Adanya pelaksanaan *green accounting* yang diungkapkan ke dalam pengungkapan *CSR* ini dapat dijadikan sarana untuk pemenuhan tanggung

[11] Hanifa Zulhaimi, "Pengaruh Penerapan *Green Accounting* terhadap Kinerja Perusahaan (Studi pada Perusahaan Peraih Penghargaan Industri Hijau yang Listing di BEI)", *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, No. 1, Vol. 3, (2015), 604.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jawab sosial dan kepedulian lingkungan.[12] Sehingga perusahaan dapat membangun reputasi yang positif. Penelitian yang dilakukan Tunggal dan Fachrurrozie (2014)[13] menyatakan bahwa biaya lingkungan berpengaruh positif yang signifikan terhadap *corporate social responsibility* sebagai variabel intervening. Hasil lain dalam penelitian Mariani (2017) [14] menyatakan bahwa *green accounting* yang diproksikan dengan biaya lingkungan tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

Faktor selanjutnya yang memengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* adalah *media exposure*. *Media exposure* ialah suatu kegiatan yang diungkapkan ke dalam berbagai media, seperti *website*, *social media*, dan portal berita online. Pengungkapan yang efektif dan terkini dapat dilakukan melalui internet. Banyaknya masyarakat sekarang yang mengikuti perkembangan teknologi membuat pengungkapan *CSR* melalui internet dianggap lebih efektif.[15] *Media exposure* menjadikan publikasi mengenai *CSR* lebih diketahui oleh masyarakat secara luas. Adanya keterbukaan informasi mengenai kegiatan *CSR* dapat memberikan dampak positif yaitu menjalin hubungan baik dengan masyarakat dan

---

[12] Aida Meiyana dan Mimin Nur Aisyah, "Pengaruh Kinerja Lingkungan, Biaya Lingkungan, Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016)", *Jurnal NOMINAL*, No. 1, Vol. 8, (2019), 3.

[13] Whino Sekar Prasetyaning Tunggal dan Fachrurrozie, "Pengaruh *Environmental Performance*, *Environmental Cost* dan *CSR Disclosure* terhadap *Financial Performance*", *Accounting Analysis Journal*, No. 3, Vol. 3, (2014).

[14] Desy Mariani, "Pengaruh Penerapan *Green Accounting*, Kepemilikan Saham Publik, Publikasi CSR terhadap Pengungkapan CSR dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015)", *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, No.2, Vol. 6, (2017).

[15] Lusia Revika Septianingsih dan Muhamad Muslih, "*Board Size*, *Ownership Diffusion*, *Gender Diversity*, *Media Exposure*, dan Pengungkapan *Corporate Social Responsbility* (Studi Kasus pada Perusahaan Indeks SRI-KEHATI yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017)", *Jurnal Akuntansi Maranatha*, No. 2, Vol. 11, (2019), 220.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

meningkatkan kepercayaan publik. Dengan demikian, *media exposure* dapat menjadi hal penting yang memengaruhi pengungkapan *CSR*.

Penelitian mengenai *media exposure* terhadap *corporate social responsibility* telah banyak dilakukan. Terdapat penelitian yang dilakukan oleh Plorensia dan Hardiningsih (2015) [16] menyatakan bahwa *media exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Namun, penelitian tersebut tidak sejalan dengan Nur dan Priantinah (2012) [17] yang menyatakan bahwa *media exposure* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Faktor selanjutnya yang memengaruhi *corporate social responsibility* adalah agresivitas pajak. Agresivitas pajak merupakan suatu perencanaan untuk meminimalkan angka pajak yang menjadi kewajiban perusahaan, sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan.[18] Kepatuham terhadap perpajakan dapat menjadi bentuk kepedulian terhadap pembangunan dan pertumbuhan suatu negara. Namun, perusahaan menganggap pajak sebagai beban yang berpotensi memperkecil pembayaran pajak.[19] Tindakan tersebut yang sering kali memengaruhi

---

[16] Winda Plorensia A.P dan Pancawati Hardiningsih, "Pengaruh Agresivitas Pajak dan Media Eksplosure terhadap *Corporate Social Responsibility*", *Dinamika Akuntansi, Keuangan, dan Perbankan*, No. 2, Vol. 4, (2015).

[17] Marzully Nur dan Denies Priantinah, "Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia (Studi Empiris pada Perusahaan Berkategori High Profile yang Listing di Bursa Efek Indonesia)", *Jurnal Nominal*, No.1, Vol.1 (2012).

[18] Deanna Puspita dan Meiriska Febrianti, "Faktor-faktor yang Memengaruhi Penghindaran Pajak pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia", *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, No. 1, Vol. 19, (2017), 39.

[19] Bani Alkausar, Mienati Somya Lasmana, dan Prinintha Nanda S, "Agresivitas Pajak: Sebuah Meta Analisis dalam Persepektif *Agency Theory*", *The International Journal of Applied Business*, No. 1, Vol. 4, (2020), 53.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tingkat agresif perusahaan terhadap pajak.

Agresivitas pajak dapat dilakukan dengan cara legal atau ilegal yang dapat menjadikan suatu perusahaan dianggap tidak memiliki tanggung jawab sosial. Agresivitas pajak bukanlah sesuatu yang diharapkan oleh masyarakat sehingga perusahaan yang melakukan tindakan tersebut dapat memperburuk reputasinya di lingkungan masyarakat. Sehingga, dapat dikatakan agresivitas pajak menjadi salah satu faktor yang memengaruhi pengungkapan *CSR*. Sesuai dengan penelitian Arfiyanto dan Ardiyanto (2017)[20] yang menyatakan bahwa agresivitas pajak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dan memiliki hubungan yang positif diantara kedua variabel tersebut. Namun, pada penelitian Ramadhan dan Amrin (2019)[21] menyatakan bahwa agresivitas pajak tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Permasalahan mengenai hal tersebut banyak terjadi pada sektor *property, real estate, and building construction* yang dapat memengaruhi sektor lainnya khususnya pada sektor yang berhubungan dengan alam dan lingkungan. Salah satu permasalahan yang terjadi adalah kasus apartemen K2 Park di Serpong, Banten.[22] Berawal dari adanya tuntutan dari

[20] Rizky Arfiyanto dan Moh Didik Ardiyanto, "Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*", *Diponegoro Journal of Accounting*, No. 4, Vol. 6, (2017).
[21] Abid Ramadhan dan Arfan Amrin, "Agresivitas Pajak dan Kinerja Lingkungan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*", *Jurnal Akuntansi, Ekonomi, dan Manajemen Bisnis*, No. 2, Vol. 7, (2019).
[22] Liputan 6, 2018, "Pembangunan Apartemen di Serpong Mangkrak, Konsumen Cari Kepastian", dalam https://m.liputan6.com/bisnis/read/3625006/pembangunan-apartemen-di-serpong-mangkrak-konsumen-cari-kepastian diakses pada 19 November 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

konsumen terkait pembangunan apartemen pada tahun 2018 yang belum selesai mengakibatkan adanya ketidakpercayaan konsumen.

Selain itu, kasus serupa terjadi pada apartemen LA City di Lenteng Agung, Jakarta Selatan.[23] Pembangunan apartemen tersebut telah direncanakan semenjak tahun 2011 hingga tahun 2018 belum terselesaikan. Sebagian besar kosumen yang telah membeli unit melakukan tuntutan kepada pihak pengembang apartemen. Selain itu, terdapat permasalahan mengenai perizinan dan konflik dengan masyarakat mengenai apartemen yang dibangun di daerah resapan air.

Kasus serupa yang berkaitan dengan *corporate social responsibility* dialami oleh PT.Ciputra Development, Tbk yang mengalami konflik dengan warga sepat mengenai waduk yang berada di Sepat Lidah Kulon, Lakarsantri, Surabaya.[24] Berawal dari adanya tuntutan yang dilakukan warga mengenai pengembalian fungsi lahan waduk menjadi daerah resapan air dan ruang terbuka hijau. Warga menuntut kejelasan atas kepemilikan dan pengalihan fungsi waduk dalam proyek Surabaya Sport Center (SSC) di Pakal. Hal tersebut telah mendapat izin dari Pemerintah Kota (Pemkot) Surabaya akan tetapi, warga tidak mengetahui adanya peristiwa tersebut.[25] Permasalahan tersebut belum terselesaikan hingga

[23] Inilahcom, 2019, "4 Tahun Mangkrak, Apartemen LA City Riwayatmu Kini", dalam https://inilah.com/news/2536281/4-tahun-mangkrak-apartemen-la-city-riwayatmu-kini diakses pada 19 November 2020.
[24] Actasurya, 2019, "Lagi, Aksi Warga Sepat Tolak Keras Proyek PT. Ciputra Surya", dalam https://www.actasurya.com/lagi-aksi-warga-sepat-tolak-keras-proyek-pt-ciputra-surya diakses pada 19 November 2020.
[25] Jatimnet, 2019, "Pengugat Berharap Waduk Sepat Menjadi Kawasan Lindung", dalam https://jatimnet.com/penggugat-berharap-waduk-sepat-menjadi-kawasan-lindung diakses pada 19 November 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

saat ini dan konflik dengan masyarakat masih terus berlanjut. Dengan demikian, upaya perusahaan untuk menjalin hubungan baik dengan masyarakat dapat dilakukan dengan melaksanakan *corporate social responsibility*.

Berdasarkan pembahasan di atas, penelitian terdahulu dengan variabel *green accounting, media exposure* dan agresivitas pajak terhadap *corporate social responsibility* masih memiliki inkonsistensi hasil. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali faktor yang memengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*. Kemudian, adanya permasalahan seperti kasus diatas mengenai lingkungan yang tercemari oleh aktivitas perusahaan didukung dengan kurangnya perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosial menyebabkan pengungkapan *CSR* diperlukan.

Perusahaan yang memiliki banyak interaksi dengan masyarakat sekitar memerlukan pengungkapan *CSR* untuk bisa membuktikan bahwa perusahaan telah memberikan kontribusi dan telah bertanggungjawab secara penuh. Perusahaan tidak hanya ditutut menjaga hubungan dengan investor dan masyarakat sekitar saja, akan tetapi perlu juga menjaga hubungan baik dengan pemerintah. Hal tersebut dikarenakan perusahaan memiliki kewajiban untuk membayar pajak kepada negara. Pajak yang dibayarkan akan memberikan kontribusi kepada pembangunan dan pertumbuhan negara. Sehingga, perusahaan yang melakukan agresivitas

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pajak dianggap tidak memberikan kontribusi dan kurang memiliki tanggung jawab sosial.

Perusahaan pada sektor *property, real estate, and building construction* memiliki pengaruh terhadap sektor lain dan juga menjadi salah satu penopang pertumbuhan negara. Kasus mengenai *CSR* pada sektor ini masih banyak terjadi. Selain itu, adanya penurunan yang signifikan pada laju pertumbuhan sektor ini menjadikan lesunya ekonomi pada tahun 2018 dan 2019. Dengan demikian, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai pengaruh *green accounting, media exposure* dan agresivitas pajak terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor *property, real estate, and building construction* pada tahun 2018-2019 yang terlisting di Bursa Efek Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini, sebagai berikut:

1. Apakah *green accounting, media exposure*, dan agresivitas pajak berpengaruh secara parsial terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor *property, real estate, and building construction* pada tahun 2018-2019?
2. Apakah *green accounting, media exposure*, dan agresivitas pajak berpengaruh secara simultan terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor *property, real estate, and building construction* pada tahun 2018-2019?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *green accounting*, *media exposure*, dan agresivitas pajak secara parsial terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor *property, real estate, and building construction* pada tahun 2018-2019.
2. Untuk mengetahui pengaruh *green accounting*, *media exposure*, dan agresivitas pajak secara simultan terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor *property, real estate, and building construction* pada tahun 2018-2019.

D. Kegunaan Hasil Penelitian

Berdasarkan pemaparan diatas, maka manfaat penelitian ini, yaitu:

1. Kontribusi Teoritis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, referensi, dan pemahaman mengenai pengaruh *green accounting*, *media exposure*, dan agresivitas pajak terhadap *corporate social responsibility* serta dapat memberikan kontribusi guna pengembangan dan penambahan literatur.
2. Kontribusi Praktis
   a. Bagi Peneliti, digunakan sebagai objek pelatihan dan penerapan teori yang telah dipaparkan selama perkuliahan, serta memperoleh

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

informasi mengenai pengaruh *green accounting*, *media exposure*, dan agresivitas pajak terhadap *corporate social responsibility*.

b. Bagi Akademis, diharapkan dapat memberi informasi tambahan dan juga dapat dijadikan referensi untuk digunakan pada penelitian yang sama di masa mendatang.

c. Bagi Masyarakat, diharapkan dapat memberikan pengarahan dan pengetahuan mengenai pengaruh *green accounting*, *media exposure*, dan agresivitas pajak terhadap *corporate social responsibility*. Selain itu, dapat dijadikan pedoman masyarakat dalam pengambilan keputusan investasi.

d. Bagi Perusahaan, diharapkan dapat memberi gambaran mengenai kondisi perusahaan sehingga dapat dijadikan pedoman dalam pengambilan keputusan dan dapat dijadikan sebagai informasi tambahan sebagai saran atau masukan untuk melakukan perbaikan dalam upaya peningkatan kinerja perusahaan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II
KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. *Stakeholder Theory*

Stakeholder atau yang dapat disebut sebagai pemangku kepentingan memiliki pengaruh besar dalam berjalannya kebijakan suatu perusahaan atau organisasi. Menurut Freeman (1984) [1] *stakeholder* merupakan pemangku kepentingan yang dapat memberikan pengaruh atau dipengaruhi oleh tujuan perusahaan. Teori *stakeholder* ialah teori yang menjelaskan mengenai hubungan saling memengaruhi satu sama lain antara pihak internal dan pihak eksternal perusahaan. Teori ini pula memberikan informasi mengenai aktivitas perusahaan dan pengaruhnya terhadap *stakeholder*. Dengan demikian, keputusan yang dibuat dapat memberikan dampak kepada *stakeholder* sehingga perusahaan juga harus mempertimbangkan kepentingan mereka.

Pengungkapan mengenai kondisi perusahaan sangatlah penting bagi *stakeholder*, dikarenakan dalam teori ini perusahaan tidak hanya beroperasi untuk mendapatkan keuntungan saja akan tetapi juga memberikan manfaat kepada para *stakeholder*.[2] Selain itu, perusahaan

[1] R. Edward Freeman, *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Boston: Pitman Publishing, (1984), 46.
[2] Ang Swat Lin Lindawati dan Marsella Eka Puspita, "*Corporate Social Responcibility*: Implikasi Stakeholder dan *Legitimacy Gap* Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan", *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, No. 1, Vol. 6, (2015),162.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tidaklah dapat beroperasi tanpa dukungan dan peran dari *stakeholder*. Menurut Ghozali dan Chariri (2007)[3] *stakeholder* memiliki kemampuan untuk mengendalikan sumber-sumber ekonomi suatu perusahaan sehingga sangat penting untuk mempertimbangkan keputusan dan memuaskan *stakeholder*.

Sumber-sumber ekonomi suatu perusahaan dioperasikan dan dimanfaatkan untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan. Sehingga, suatu perusahaan memiliki tanggung jawab untuk memanfaatkan sumber-sumber ekonomi secara efektif dan efisien. Tanggung jawab perusahaan terhadap para *stakeholder* tidak hanya berupa kondisi keuangan saja, namun berkaitan pula dengan kondisi sosial dan lingkungan perusahaan. Kondisi sosial dan lingkungan tersebut dapat terlihat dari perusahaan yang mengungkapkan tanggung jawabnya ke dalam pengungkapan *CSR*.

Menurut Ullmann's (1985) [4] *CSR* memiliki hubungan dua aktivitas, yaitu pertama dapat menciptakan nilai positif, memberikan dukungan, dan kepercayaan dari para *stakeholder* kepada suatu perusahaan, dan kedua dapat memberikan dampak positif serta keuntungan ekonomis dari perspektif stategis. Dengan demikian, adanya pengungkapan *CSR* dapat menciptakan hubungan yang baik

---

[3] Imam Ghozali dan Anis Chariri, *Teori Akuntansi*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, (2007).

[4] Arieh A. Ullmann, "*Data in search of a theory: a critical examination of the relationships among social performance, social disclosure and economic performance of US firms*", *Academy of Management Review*, No. 3, Vol. 10, (1985), 552.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

antara perusahaan dengan para *stakeholder* sehingga perusahaan tidak akan kehilangan legitimasi dan dukungan dari para *stakeholder*-nya.

2. *Legitimacy Theory*

Menurut Ningsih dan Cheisviyanny (2019) [5] *legitimacy theory* merupakan teori yang menjelaskan mengenai diterimanya atau tidak perusahaan di lingkungan masyarakat sekitar. Perusahaan harus memastikan bahwa operasionalnya telah dilakukan sesuai dengan nilai-nilai dan norma yang berlaku di lingkungan masyarakat. Dengan demikian, keberadaan perusahaan tersebut dapat diterima oleh masyakarat sekitar.

Teori ini menjelaskan bagaimana interaksi antara perusahaan dengan masyarakat sekitar. Interaksi dapat terjalin dengan baik apabila perusahaan tidak melanggar nilai dan norma yang berlaku. Menurut Dowling dan Pfeffer (1975)[6] keselarasan antara nilai-nilai sosial yang dilaksanakan perusahaan dengan norma-norma yang ada di masyarakat dapat menjadi acuan legitimasi perusahaan. Legitimasi perusahaan dapat terlihat dari sikap yang diberikan masyarakat kepada perusahaan sehingga, hal tersebut dapat dijadikan tolak ukur keberlangsungan perusahaan. Namun, apabila terdapat ketidakselarasan antara nilai sosial perusahaan dengan norma yang berlaku akan terjadi "*legitimacy gap*".

---

[5] Atika Tri Ningsih dan Charoline Cheisviyanny, "Analisis Pengungkapan *Corporate Social Repsonsibility* PT. Bukit Asam, Tbk Berdasarkan Global Reporting Initiatives (GRI) dan Kaitannya dengan PROPER", *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, No. 3, Vol. 1, (2019), 848.

[6] John Dowling dan Jeffrey Pfeffer, "*Organizational Legitimacy: Social Values and Organizational Behaviour*", *Pacific Sociology Review*, No. 1, Vol. 18, (1975), 122.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut O'Donovan (2002)[7] teori ini dapat menjadi upaya perusahaan untuk mempertahankan usahanya dalam jangka panjang. "*Legitimacy gap*" yang timbul dapat mengakibatkan reputasi perusahaan di masyarakat dianggap buruk. Hal tersebut dapat diantisipasi oleh perusahaan dengan melakukan pengungkapan dan penerapan mengenai *CSR* dengan begitu masyarakat dan para *stakeholder* mengetahui kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya serta dapat meningkatkan kepercayaan publik. Dengan demikian, adanya pengungkapan *CSR* dapat dijadikan sarana memperbaiki legitimasi dari masyarakat sehingga tidak berdampak pada keberlangsungan usaha.

3. Teori Akuntansi Sosial

Menurut Freedman (1989)[8] akuntansi sosial merupakan ilmu yang mengukur, mengidentifikasi, dan menganalisis dampak ekonomi dan sosial perusahaan terhadap lingkungan sekitar perusahaan. Sedangkan, menurut Mathew dan Perrera (1996)[9] akuntansi sosial merupakan ilmu yang mendefinisikan eksternalitas (*social benefit* dan *social cost*) perusahaan secara komprehensif. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa akuntansi sosial merupakan ilmu yang menggambarkan, mengukur, dan menganalisis eksternalitas yang akan

---

[7] Gary O'Donovan, "*Environmental Disclosure in the Annual Report: Extending The Applicability and Predictive Power of Legitimacy Theory*", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, No. 3, Vol. 15, (2002).
[8] Gary Siegel & Helene Ramanauskas-Marconi, *Behavioral Accounting*, Cincinnati: Ohio South-Western Publishing Co, (1989).
[9] M.R Mathews & M.H.B. Perera, *Accounting Theory & Development*, 3rd ed. Melbourne: Nelson, (1996), 364.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dilaporkan dan diungkapkan ke dalam laporan keuangan sebagai pertanggungjawaban perusahaan kepada *stakeholders.*

Menurut Harahap (1999)[10] eksternalitas merupakan dampak yang dirasakan masyarakat akibat dari adanya operasional perusahaan. Eksternalitas terbagi menjadi dua, yaitu aktivitas perusahaan yang memberikan kontribusi kepada masyarakat (*social benefit*) dan aktivitas perusahaan yang menimbulkan kerusakan (*social cost*). Maka dari itu, eksternalitas ini berarti biaya yang disusun untuk memenuhi kebutuhan perusahaan terkait lingkungan sosial.

Menurut Ramanathan (1976)[11] akuntansi sosial ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengukur peranan sosial perusahaan, menentukan strategi dan implementasi yang sesuai dengan kepentingan sosial, serta mengungkapkan informasi yang relevan kepada masyarakat. Sehingga, perusahaan harus menyeimbangkan antara kepentingan laba dengan tanggung jawab sosial. Jika perusahaan menimbulkan dampak terhadap lingkungan sekitar seharusnya perusahaan bertanggungjawab akibat dampak yang timbul. Dampak yang timbul dapat dihindari dengan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial terkait *sosial benefit* dan *social cost*.

[10] Sofyan Syafri Harahap, *Teori Akuntansi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, (1999).
[11] Kavaseri V Ramanathan, "*Toward a Theory of Corporate Social Accounting*", *The Accounting Review*, (1976).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. *Corporate Social Responsibility*

Menurut *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD)[12] *corporate social responsibility* merupakan suatu komitmen berkelanjutan yang melakukan tindakan yang etis dan ikut andil dalam perkembangan ekonomi dengan meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan komunitas lain atau masyarakat luas. Sedangkan menurut Hackston dan Milne (1996)[13] *corporate social responsibility* merupakan suatu proses yang memberikan informasi mengenai dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi suatu perusahaan dengan melakukan pengungkapan yang ditujukan kepada kelompok yang berkepentingan dan masyarakat secara umum. Dapat disimpulkan, *corporate social responsibility* ialah suatu kegiatan yang menjadi implementasi dari tanggung jawab sosial suatu perusahaan terhadap pihak internal dan eksternal yang berkaitan dengan aspek ekonomi, sosial dan lingkungan sehingga memberikan dampak positif terhadap sekitarnya.

Corporate social responsibility (*CSR*) telah muncul sejak tahun 1960-an saat masyarakat dunia melakukan pemulihan lingkungan akibat perang dunia yang disusul dengan terbitnya buku "*Silent Spring*" oleh Rachel Carson yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga.[14] Buku

---

[12] Bambang Rudito dan Melia Famiola, *Corporate Social Responsibility*, Bandung: Rekayasa Sains, (2013).

[13] David Hackston & Milne Marcus J., "*Some Determinants of Social And Environmental Disclosures in New Zaeland Companies*", *Accounting, Auditing, and Accountability Journal*. No. 1, Vol. 9, (1996).

[14] Yusuf Wibisono, *Membedah Konsep & Aplikasi CSR*, Gresik: Fascho Publishing, (2007).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut dilatarbelakangi oleh adanya keprihatinannya terhadap pencemaran lingkungan. Pencemaran lingkungan tersebut memberikan perhatian khusus masyarakat terhadap pentingnya permasalahan yang dapat menggangu kesehatan. Permasalahan tersebut mengakibatkan praktik *social responsibility* menjadi topik terkini lebih komprehensif dan maju dari tahun ke tahun. Sehingga, banyak perusahaan yang melaksanakan dan lebih memperhatikan kegiatan *CSR*.

Perkembangan *CSR* menjadi lebih diperhatikan lagi dengan munculnya istilah "*The Triple Bottom Line*" buku "*Cannibals with Forks, The Triple Bottom Line of 21 Century Business*" oleh John Eklington (1997) yang menyatakan bahwa perusahaan yang fokus pada pertumbuhan sehat perlu memperhatikan 3P, yaitu tidak hanya fokus kepada keuntungan saja (*profit*) melainkan perlu memberikan kontribusi positif dengan mensejahterahkan masyarakat (*people*) dan ikut andil menjaga lingkungan (*planet*).[15] Konsep tersebut memberikan gambaran pada perusahaan supaya tidak hanya mementingkan aspek ekonomi saja, akan tetapi aspek sosial dan lingkungan perlu diperhatikan pula. Gambaran tersebut dapat diintegrasikan sebagai segitiga sama sisi yang memiliki hubungan secara integral. Apabila perusahaan dapat memadukan ketiga aspek tersebut akan menjamin keberlangsungan bisnis. Namun, jika mengabaikan salah satu aspek saja dapat memunculkan hambatan yang merugikan perusahaan.

[15] Nor Hadi, "*Social Responsibility*: Kajian *Theoretical Framework*, dan Perannya dalam Riset Dibidang Akuntansi", *AKSES: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, No. 8, Vol. 4, (2009), 93.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam konsep 3P, perusahaan dituntut tidak hanya berorientasi untuk mencari keuntungan (*profit*) saja. Tujuan perusahaan yang hanya mencari keuntungan (*profit*) saja tanpa mementingkan hal lainnya tidak dapat dijadikan jaminan bahwa usaha dapat berlangsung dalam jangka panjang. Hal itu disebabkan operasional perusahaan memerlukan dukungan masyarakat (*people*) untuk meraih kunci sukses tercapainya tujuan perusahaan. Selain itu, perusahaan perlu meningkatkan kepedulian dan menjaga lingkungan (*planet*). Hal tersebut dikarenakan banyaknya kegiatan perusahaan yang memiliki pengaruh cukup besar terhadap lingkungan. Dengan demikian, apabila perusahaan melaksanakan konsep 3P ini dapat dijadikan investasi jangka panjang yang dapat menjaga eksistensi dan keberlangsungan bisnis perusahaan.

Penerapan *CSR* memberikan banyak manfaat bagi perusahaan, masyarakat, pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya. Menurut Wibisono (2007)[16] terdapat 4 manfaat yang akan diterima apabila melaksanakan *CSR*, sebagai berikut: 1) Bagi perusahaan yakni dapat memperoleh citra positif, memudahkan komunikasi terkait modal, menjaga kualitas dari sumber daya manusia yang dimiliki, serta dapat mengambil keputusan sesuai kondisi perusahaan, 2) Bagi masyarakat yakni dapat menambah nilai di kalangan masyarakat sehingga norma-norma yang ada tetap dipatuhi, 3) Bagi lingkungan yakni dapat

[16] Yusuf Wibisono, *Membedah Konsep*..., 99.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mencegah permasalahan lingkungan sehingga meningkatkan kualitas dan terjaganya sumber daya alam, 4) Bagi negara yakni dapat mencegah adanya permasalahan terkait korupsi yang terjadi dengan mematuhi kewajiban pembayaran pajak.

Manfaat yang diberikan dengan menerapkan *CSR* secara baik dan sesuai akan memberikan dampak yang positif bagi perusahaan dan pemangku kepentingan. Dampak tersebut dapat terlihat dari nilai dan pandangan masyarakat terhadap perusahaan. Selain itu, adanya *CSR* dapat membantu pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan patuhnya perusahaan dalam membayar kewajiban pajak. Dengan demikian, penerapan *CSR* akan memberikan kontribusi dalam aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan serta dapat menjadi investasi jangka panjang suatu perusahaan.

5. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Mathews (1995)[17] pengungkapan *corporate social responsibility* disebut pula dengan istilah *social disclosure*, *corporate social reporting*, atau *social accounting*. Pengungkapan tersebut dijadikan sebagai sarana komunikasi dengan *stakeholder* yang berhubungan dengan kegiatan ekonomi suatu perusahaan mengenai dampak atau permasalahan sosial dan lingkungan. Oleh karena itu, perusahaan dalam menjaga hubungannya dengan *stakeholder* hendaknya melakukan pengungkapan *CSR*.

[17] M.R. Mattews. "*Social and Environmental Accounting: A Practical Demonstration of Ethical Concern*", *Journal of Bussiness Ethics*, Vol. 14, (1995).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 pada BAB IV pasal 66 ayat 2 dan BAB V pasal 74 menyatakan bahwa *corporate social responsibility* wajib dilaksanakan dan diungkapkan. [18] Selain itu, pada Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 pasal 15 poin b menyatakan pula bahwa perusahaan memiliki kewajiban melakukan tanggung jawab sosial.[19] Kemudian adanya penguatan dari peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 29/POJK.04/2016 pada BAB II pasal 4 yang menyatakan bahwa perusahaan yang *go public* memiliki kewajiban menyusun dan mengungkapkan laporan tahunannya yang memuat tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan publik atau emiten.[20] Pelaksanaan *CSR* di indonesia merupakan *legal mandatory* sesuai dengan peraturan-peraturan diatas sehingga memiliki kekuatan hukum yang mewajibkan untuk ditaati dan dipertanggungjawabkan.

Global Reporting Initiative (*GRI*) merupakan laporan yang menjadi acuan perusahaan untuk mempermudah dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya.[21] Pedoman tersebut disusun oleh organisasi independen yang bersekretariat di Amsterdam. Organisasi ini mendukung dampak keberlanjutan perusahaan dengan melakukan pengungkapan *CSR*. Pengungkapan di Indonesia mengenai *CSR*

---

[18] Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
[19] Undang-undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.
[20] Otoritas Jasa Keuangan (OJK), "POJK Nomor 29/POJK.04/2016 tentang Laporan Tahunan Emiten atau Perusahaan Publik", dalam https://www.ojk.go.id/id/kanal/pasar-modal/regulasi/peraturan-ojk/Pages/POJK-Laporan-Tahunan-Emiten-Perusahaan-Publik.aspx diakses pada 10 Januari 2021.
[21] Global Reporting Initiative (GRI), "About GRI", dalam https://www.globalreporting.org/about-gri/ diakses pada 11 januari 2021.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

seringkali menggunakan pedoman dari *GRI*. Laporan di dalam *GRI* berisi mengenai poin-poin yang mencakup beberapa aspek, seperti aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.[22] Poin-poin tersebut menjadi standar pengungkapan *CSR* yang didesain secara mudah sehingga dapat relevan di berbagai sektor.

6. *Green Accounting*

Menurut Ikhsan (2008)[23] *green accounting* merupakan ilmu akuntansi yang berhubungan dengan biaya lingkungan (*environmental cost*). Sedangkan menurut Cohen dan Robbins (2011)[24] definisi *green accounting* ialah ilmu akuntansi lingkungan merupakan laporan dari data lingkungan dan keuangan yang dikumpulkan, dianalisis, diperkirakan, dan disiapkan dengan tujuan untuk mengurangi dampak dan biaya terkait lingkungan sehingga menjadi kunci sukses *green business* dan bentuk tanggung jawab perkembangan ekonomi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *green accounting* ialah ilmu akuntansi yang didalamnya melakukan pengumpulan, analisis, perkiraan, dan pengungkapan mengenai biaya-biaya lingkungan dari aktivitas yang dilakukan suatu perusahaan.

Menurut Iksan (2008) [25], *green accounting* memiliki dua fungsi, yaitu sebagai fungsi internal yang dijadikan landasan pengambilan keputusan terkait biaya lingkungan dan sebagai fungsi eksternal yang

[22] Ibid.
[23] Arfan Ikhsan, *Akuntansi Lingkungan dan Pengungkapannya*, (Jakarta: Graha Ilmu, (2008), 13.
[24] Nevin Cohen dan Paul Robbins, *Green Business*: *An A-to-Z Guide*, Thousand Oaks, California: SAGE Publications Inc., (2011), 190.
[25] Arfan Ikhsan, *Akuntansi Lingkungan* ...,13.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memberikan output berupa pelaporan akuntansi mengenai kinerja lingkungan. Fungsi internal berkaitan erat dengan kegiatan operasional dan pihak internal yang bekerja sesuai arahan manajemen. Manajemen dalam hal tersebut haruslah bijak dalam mengambil keputusan mengenai biaya konservasi lingkungan yang sesuai dengan kebutuhan, sehingga operasional dapat berjalan efektif dan efisien. Sedangkan, dalam fungsi eksternal merupakan hasil pengungkapan dari kegiatan operasional berupa laporan yang memuat aktivitas lingkungan yang dilakukan suatu perusahaan.

Menurut Susenohaji dalam Fitriani (2013)[26] biaya lingkungan merupakan biaya yang berasal dari kegiatan operasional perusahaan yang berkaitan dengan lingkungan. Biaya ini dapat timbul dari produksivitas yang dilakukan perusahaan. Biaya tersebut dapat berupa biaya pengelolaan limbah, biaya pemeliharaan lingkungan sekitar, biaya daur ulang, dan sebagainya. Biaya lingkungan ini dapat digunakan sebagai pedoman pengambilan keputusan manajemen perusahaan.

Menurut Suratno dalam Fitriani (2013)[27] kinerja lingkungan merupakan ukuran hasil usaha untuk menciptakan lingkungan yang sehat, sehingga tidak menimbulkan permasalahan lingkungan. Kinerja lingkungan didasarkan pada aktivitas yang dilakukan suatu perusahaan. Perusahaan yang memiliki kepedulian terhadap lingkungan dapat

[26] Anis Fitriani, "Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Biaya Lingkungan terhadap Kinerja Keuangan pada BUMN", *Jurnal Ilmu Manajemen*, No. 1, Vol. 1,(2013), 139.
[27] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

meningkatkan kinerja lingkungannya secara maksimal. Namun, apabila perusahaan tidak dapat meningkatkan kinerja lingkungan maka akan timbul permasalahan lingkungan yang dapat merugikan perusahaan itu sendiri. Hal tersebut juga akan berdampak pada reputasi dan keberlangsungan bisnis perusahaan.

Penerapan *green accounting* ini memberikan informasi seputar manajerial yang terdiri atas penggunaan biaya lingkungan secara rinci dan sesuai yang berarti bahwa suatu perusahaan telah mengelola aset secara efisien.[28] Perusahaan yang menjaga kinerja lingkungan akan memperhitungkan biaya lingkungan dan dampak yang ditimbulkan. Manajemen dalam menentukan biaya lingkungan perlu memperhatikan bahwa jumlah yang dikeluarkan telah sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Dengan demikian, biaya lingkungan dapat menjadi penungjang kinerja lingkungan suatu perusahaan.

Pelaksanaan *green accounting* merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan, sehingga perlu diungkapkan dan dipertanggungjawabkan kepada para *stakeholder* perusahaan. Kepedulian lingkungan perusahaan dapat terlihat dari penerapan dan pengungkapan *CSR*.[29] Pengungkapan *CSR* merupakan pelaporan mengenai tanggungjawab sosial dan lingkungan yang dapat dilihat

[28] M. Wahyuddin Abdullah dan Hernawati Amiruddin, "Efek *Green Accounting* terhadap *Material Flow Cots Accounting* dalam Meningkatkan Keberlangsungan Perusahaan", *EKUITAS: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, No. 2, Vol. 4, (2020), 167.
[29] Aldilla Noor Rakhiemah dan Dian Agustia, "Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Kinerja Finansial Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia", *Jurnal dan Prosiding SNA-Simposium Nasional Akuntansi 12*, (2009), 5.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

oleh semua pemangku kepentingan. Dengan demikian, dilaksanakannya *green accounting* dapat menjadi sarana tanggung jawab atas lingkungan, memberikan transparansi informasi kegiatan perusahaan, menciptakan citra positif, serta ikut andil dalam menjaga dan melestarikan lingkungan.

7. *Media Exposure*

Menurut Widiastuti, Utami, dan Handoko (2018)[30] *media exposure* merupakan media yang mempublikasikan kegiatan suatu perusahaan mengenai permasalahan sosial dan lingkungan. Permasalahan tersebut menjadi hal sensitif yang menekan perusahaan untuk lebih berhati-hati. Perusahaan yang mengabaikan permasalahan tersebut akan mendapatkan hambatan bahkan kerugian. Hal tersebut dikarenakan reputasi perusahaan dipengaruhi oleh pandangan masyarakat atas setiap hal yang dilakukan perusahaan. Dengan demikian, kepedulian perusahaan terhadap permasalahan sosial dan lingkungan menjadi hal penting untuk menunjang keberhasilan bisnis.

Media exposure ini mendukung perusahaan untuk lebih transparan terhadap kondisi perusahaan terkait tanggung jawab sosial.[31] Pengungkapan tersebut merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap *stakeholder* dan dapat pula menjadi sarana

[30] Harjanti Widiastuti, Evy Rahman Utami, Dan Ridi Handoko, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, *Growth*, dan *Media Exposure* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2015)", *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, No. 2, Vol. 3, (2018), 111.

[31] Luh Yuliskayani dan I Gst Ayu Eka Damayanthi, "*Consumer Proximity, Media Exposure, Enviromental Sensitivity,* dan *Profitability* dalam Memengaruhi CSRD di Indonesia", *E-jurnal Akuntansi*, No. 3, Vol. 23, (2018),1663.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komunikasi. Tindakan yang dilakukan perusahaan menjadi faktor yang dapat memengaruhi respon dan legitimasi perusahaan. Oleh sebab itu, pengungkapan *CSR* diperlukan untuk menjaga kepercayaan dari masyarakat terhadap komitmen perusahaan untuk perduli terhadap aspek sosial dan lingkungan.

Pengungkapan *CSR* dapat dipublikasikan melalui berbagai media seperti *website*, *media social*, dan portal berita online.[32] Semakin canggihnya teknologi mengakibatkan media menjadi sorotan yang memiliki pengaruh besar. Media menampilkan banyak portal berita perusahaan baik positif maupun negatif, untuk meredam adanya berita negatif perusahaan mempublikasikan kegiatan yang berkaitan dengan sosial dan lingkungan.[33] Maka dari itu, tanggung jawab sosial perusahaan dapat lebih mudah diakses oleh semua pihak yang berkepentingan. Pengungkapan *CSR* pada media dapat mendeskripsikan nilai yang membantu keberlanjutan perusahaan. Dengan demikian, pengungkapan *CSR* yang di publikasikan ke media dapat lebih diketahui secara luas dan dapat meningkatkan kepercayaan publik.

---

[32] Rizkia Anggita Sari, "Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia", *Jurnal Nominal*, No. 2, Vol. 1, (2012), 138.

[33] Harjanti Widiastuti, Evy Rahman Utami, Dan Ridi Handoko, Pengaruh Ukuran Perusahaan..., 112.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

8. Agresivitas Pajak

Menurut Alkausar, Lasmana, dan Soemarsono (2020) [34] agresivitas pajak merupakan suatu perencanaan untuk meminimalkan angka pajak yang menjadi kewajiban perusahaan sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan. Perusahaan merupakan wajib pajak badan yang memiliki kewajiban membayar pajak sesuai dengan perhitungan pajak yang berlaku. Namun, perusahaan seringkali merasa terbebani dengan tingginya pembayaran pajak. Hal tersebut dikarenakan tujuan utama perusahaan ialah memperoleh laba sebanyak-banyaknya. Oleh karena itu, perusahaan cenderung berusaha meminimalisir angka pajak dengan menekan biaya untuk meningkatkan laba.

Peraturan pelaksanaan pajak diatur dalam Undang-Undang No. 28 Tahun 2007 pasal 1 ayat 1 yang menyatakan bahwa setiap orang pribadi dan badan wajib ikut melaksanakan pembayaran pajak berdasarkan Undang-Undang yang digunakan untuk keperluan negara.[35] Menurut PSAK 46 pajak penghasilan tersebut perlu disajikan dan diungkapkan ke laporan tahunan.[36] Perhitungan pengenaan pajak pada wajib pajak di atur dalam Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 tentang dasar pengenaan pajak penghasilan untuk orang pribadi dan

[34] Bani Alkausar, Mienati Somya Lasmana, dan Prinintha Nanda Soemarsono, "Agresivitas Pajak: Sebuah Meta Analisis dalam Persepektif *Agency Theory*", *The International Journal of Applied Business*, No. 1, Vol. 4, (2020), 53.
[35] Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.
[36] Ikatan Akuntansi Indonesia, *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan 46 tentang Pajak Penghasilan*, Jakarta: Salemba Empat, (2014).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

badan.[37] Biaya yang berhubungan dengan kegiatan usaha dapat menjadi pengurangan dalam penghasilan bruto yang mengakibatkan angka pembayaran pajak menjadi lebih minimal. Biaya tersebut merupakan implementasi dari kegiatan *CSR* dari suatu perusahaan.

Menurut Plorensia dan Hardiningsih (2015)[38] agresivitas pajak dapat diketahui dengan menggunakan rumus, sebagai berikut:

$$\text{ETR} = \frac{beban\ pajak\ penghasilan}{pendapatan\ sebelum\ pajak}$$

Rumus diatas menunjukkan bahwa semakin rendah nilai ETR yang diperoleh maka beban pajak penghasilan semakin rendah sedangkan pendapatan sebelum pajak yang dimiliki perusahaan semakin meningkat.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menggunakan beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai rujukan. Penelitian terdahulu membahas mengenai *corporate social responsibility* sebagai variabel dependen yang dipengaruhi variabel independen, yaitu *green accounting*, *media exposure*, dan agresivitas pajak. Berikut rangkuman penelitian terdahulu yang menyatakan pula kesamaan dan perbedaan dengan penelitian ini:

1. Mariani[39] : Pengaruh Penerapan *Green Accounting*, Kepemilikan Saham Publik, Publikasi CSR terhadap Pengungkapan CSR dengan kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening

[37] Undang-undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan.
[38] Winda Plorensia A.P dan Pancawati Hardiningsih, "Pengaruh Agresivitas Pajak dan Media Eksplosure terhadap *Corporate Social Responsibility*", *Dinamika Akuntansi, Keuangan, dan Perbankan*, No. 2, Vol. 4,(2015), 144.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penelitian oleh Mariani bertujuan untuk mengetahui apakah penerapan *green accounting*, kepemilikan saham publik, publikasi *corporate social responsibility* memiliki pengaruh atau tidak terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Penelitian ini memiliki variabel kinerja keuangan sebagai variabel intervening. Variabel *green accounting* dan publikasi *corporate social responsibility* diproksikan menggunakan variabel dummy. Hasil penelitian Mariani menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut tidak memiliki pengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

2. Plorensia dan Hardiningsih[40] : Pengaruh Agresivitas Pajak dan *Media Eksplosure* terhadap *Corporate Social Responsibility*

Penelitian oleh Plorensia dan Hardiningsih (2015) bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel agresivitas pajak dan *media exposure* terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terlisting di Bursa Efek Indonesia. Variabel agresivitas pajak diproksikan dengan menggunakan rumus ETR (*Effective Tax Rates*) dan untuk variabel *media exposure* diproksikan menggunakan variabel dummy. Hasil penelitian Plorensia dan Hardiningsih menunjukkan bahwa agresivitas pajak dan *media*

---

[39] Desy Mariani, "Pengaruh Penerapan *Green Accounting*, Kepemilikan Saham Publik, Publikasi CSR terhadap Pengungkapan CSR dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015)", *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* , No. 2, Vol. 6, (2017).

[40] Winda Plorensia A.P dan Pancawati Hardiningsih, "Pengaruh Agresivitas Pajak dan Media Eksplosure terhadap *Corporate Social Responsibility*", *Dinamika Akuntansi, Keuangan, dan Perbankan*, No. 2, Vol. 4, (2015).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

exposure memiliki pengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*.

3. Ramadhan dan Amrin[41]: Agresivitas Pajak dan Kinerja Lingkungan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

   Penelitian oleh Ramadhan dan Amrin bertujuan untuk mengetahui pengaruh agresivitas pajak dan kinerja lingkungan terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index*. Variabel agresivitas diproksikan menggunakan ETR (*Effective Tax Rate*) dan kinerja lingkungan menggunakan peringkat PROPER. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel agresivitas pajak tidak terdapat pengaruh sedangkan variabel kinerja lingkungan memiliki pengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

4. Tunggal dan Fachrurrozie[42]: Pengaruh Environmental Performance, Environmental Cost dan CSR Disclosure terhadap Financial Performance

   Penelitian oleh Tunggal dan Fachrurrozie bertujuan untuk mengetahui pengaruh kinerja lingkungan, biaya lingkungan, dan pengungkapan *CSR* terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2012. Selain itu,

---

[41] Abid Ramadhan dan Arfan Amrin, "Agresivitas Pajak dan Kinerja Lingkungan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*", *Jurnal Akuntansi, Ekonomi, dan Manajemen Bisnis*, No. 2, Vol. 7, (2019).

[42] Whino Sekar Prasetyaning Tunggal dan Fachrurrozie, "Pengaruh *Environmental Performance, Environmental Cost* dan *CSR Disclosure* terhadap *Financial Performance*", *Accounting Analysis Journal*, No. 3, Vol. 3, (2014).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian ini menggunakan variabel intervening yaitu pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan dari biaya lingkungan terhadap kinerja keuangan melalui pengungkapan *corporate social responsibility*.

5. Arfiyanto dan Ardiyanto[43]: Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

   Penelitian Arfiyanto dan Ardiyanto membahas mengenai pengaruh agresivitas pajak terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016. Variabel agresivitas pajak diukur menggunakan ETR (*Effective Tax Rate*) dan menggunakan variabel kontrol yakni intensitas modal, *market to book ratio*, ROA, dan ukuran perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa agresivitas pajak terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*.

6. Nur dan Priantinah[44]: Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia

   Penelitian Nur dan Priantinah membahas mengenai bagaimana pengaruh faktor-faktor internal dan eksternal terhadap pengungkapan

[43] Rizky Arfiyanto dan Moh Didik Ardiyanto, "Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*", *Diponegoro Journal of Accounting*, No. 4, Vol. 6, (2017).

[44] Marzully Nur dan Denies Priantinah, "Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia (Studi Empiris pada Perusahaan Berkategori High Profile yang Listing di Bursa Efek Indonesia)", *Jurnal Nominal*, No. 1,Vol.1, (2012).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

corporate social responsibility pada perusahaan *high profile* di Bursa Efek Indonesia tahun 2008-2010. Variabel independen yakni profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan saham publik, dewan komisaris, *leverage*, dan pengungkapan media. Penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas, kepemilikan saham dan pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Variabel ukuran perusahaan menunjukkan bahwa variabel ini memiliki pengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Kemudian untuk variabel dewan komisaris dan *leverage* menunjukkan bahwa berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*.

7. Lanis dan Richardson[45]: *Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: a Test of Legitimacy Theory*

   Penelitian Lanis dan Richardson bertujuan untuk meneliti hubungan antara *corporate social responsibility* dan agresivitas pajak pada 40 perusahaan yang terlisting di Australian Stock Exchange (ASX). Selain itu, hasil dari perhitungan akan dikaitkan dengan *legitimacy theory*. Variabel independen agresivitas pajak diproksikan menggunakan variabel dummy. Analisis data menggunakan *paired-sample statistics*, *pearson correlation analysis*, dan OLS *regression analysis* untuk menguji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara agresivitas pajak dengan *corporate*

[45] Roman Lanis dan Grant Richardson, "*Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: a Test of Legitimacy Theory*", *Accounting, Auditing, Accountability Journal*, No.1, Vol. 26, (2013).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

social responsibility. Analisis yang dilakukan menyatakan bahwa perusahaan yang melakukan agresivitas pajak cenderung melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* lebih baik daripada perusahaan yang tidak melakukan.

8. Pistoni dan Songini[46]: *Corporate Social Responsibility Determinants: The Relation with CSR Disclosure*

   Penelitian Pistoni dan Songini bertujuan untuk meneliti pengaruh faktor-faktor penentu *corporate social responsibility* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada 120 perusahaan Italia di bidang manufaktur dan non-manufaktur. Metode perhitungan yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis t-test dan levene's test. Faktor-faktor penentu *corporate social responsibility* terbagi menjadi dua yaitu, faktor internal dan faktor eksternal (lingkungan). Hasil penelitian menyatakan bahwa faktor internal dan eksternal memengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*.

9. Zeng[47]: *Corporate Social Responsibility, Tax Aggressiveness, and Firm Market Value*

   Penelitian Zeng membahas mengenai hubungan antara *corporate social responsibility*, agresivitas pajak, dan nilai pasar perusahaan pada perusahaan canada yang terlisting di S&P/TSX. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara

[46] Anna Pistoni dan Lucrezia Songini, "*Corporate Social Responsibility Determinants: the Relation with CSR Disclosure*", *Accounting and Control for Sustainability*, Vol. 26, (2013).
[47] Tao Zeng, "*Corporate Social Responsibility, Tax Aggressiveness, and Firm Market Value*", *Accounting Perspectives*, No. 1, Vol. 15, (2016).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

corporate social responsibility dan agresivitas pajak yang berarti apabila perusahaan melakukan *corporate social responsibility* cenderung memiliki kemungkinan kecil untuk melakukan penghindaran pajak begitupun sebaliknya. Selain itu, dengan melakukan *corporate social responsibility* dapat menambah nilai pasar perusahaan.

10. Purnamawati, Yuniarta, dan Diatmika [48] : *Green Accounting: a Management Strategy and Corporate Social Responsibility Implementation*

    Penelitian Purnamawati, Yuniarta, dan Diatmika membahas mengenai bagaimana pengaruh penerapan *green accounting* terhadap strategi manajemen dan laporan *corporate social responsibility*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif pada BUMDes di Buleleng Bali. Aspek akuntansi lingkungan, fundamental dan biaya lingkungan menjadi fokus utama pembahasan mengenai strategi manajemen dalam memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 90% aspek akuntansi lingkungan yang memiliki peranan besar dalam menentukan pencapaian keberhasilan manajemen dalam memenuhi tanggung jawab sosial jika dibanding dengan dua aspek lain yaitu biaya lingkungan dan aspek fundamental.

[48] I Gusti Ayu Purnamawati, Gede Adi Yuniarta, dan I Putu Gede Diatmika, "*Green Accounting: A Management Strategy and Corporate Social Responsibility Implementation*", *International Journal of Community Service Learning*, No.3, Vol. 2, (2018).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

11. Bodkin, Amato, dan Amato[49]: *The Influence of Green Advertising during a Corporate Disaster*

Penelitian Bodkin, Amato, dan Amato bertujuan untuk meneliti pengaruh iklan aktivitas sosial dan lingkungan atas kejadian tumpahan minyak dari British Petroleum. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden secara acak data yang terkumpul diolah dengan menggunakan analisis MANOVA. Hasilnya menunjukkan bahwa respon dari konsumen pada saat terjadinya dan setelah peristiwa yang berhubungan dengan sosial dan lingkungan memengaruhi pandangan masyarakat terhadap perusahaan dalam hal permintaan produk. Selain itu, hasilnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara pengungkapan *corporate social responsibility* melalui media.

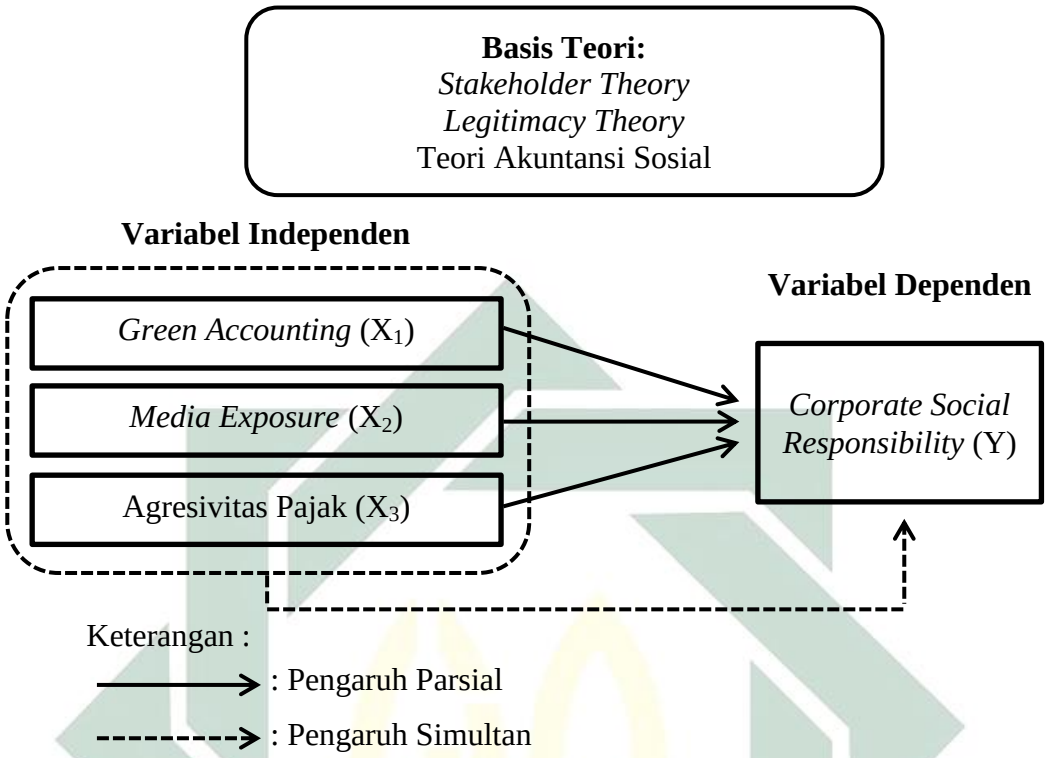
C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan suatu hal yang menggambarkan mengenai hubunan antara teori dan permasalahan yang akan diteliti. Berdasarkan pemaparan diatas, dapat disusun kerangka konseptual, sebagai berikut:

[49] Charles D. Bodkin, Louis H. Amato, dan Christie H. Amato, "*The Influence of Green Adversiting during Corporate Disaster*", *Corporate Communications: An International Journal*, No. 3, Vol. 20, (2015).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



Berdasarkan gambar 2.1, tanda panah menyatakan bahwa variabel independen *green accounting, media exposure,* dan agresivitas pajak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen *corporate social responsibility*. Selanjutnya, tanda panah putus-putus menyatakan bahwa variabel independen *green accounting, media exposure,* dan agresivitas pajak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen *corporate social responsibility*.

D. Hipotesis Penelitian

Menurut Ariawaty dan Evita (2018)[50] hipotesis merupakan suatu penjelasan mengenai jawaban rumusan masalah yang bersifat sementara

[50] Rina Novianty Ariawaty dan Siti Noni Evita, *Metode Kuantitatif Praktis*, Bandung: PT. Bima Pratama Sejahtera, (2018), 34.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berdasarkan teori sehingga membutuhkan pengujian untuk membuktikan kebenaranya.

1. Pengaruh *Green Accounting* terhadap *Corporate Social Responsibility*

   Menurut Mariani (2017)[51] penerapan *green accounting* dapat membantu manajemen perusahaan lebih memiliki rasa keikutsertaan dalam menjaga dan melestarikan lingkungan. Hal tersebut menjadi bentuk tanggung jawab sosial perusahaan dalam aspek lingkungan. Menurut Purnamawati, Yuniarta, dan Diatmika (2018) [52] *green accounting* menentukan biaya lingkungan untuk mengatur pengelolaan permasalahan lingkungan sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan dan pedoman pengambilan keputusan. Pengelolaan biaya lingkungan menjadi salah satu faktor yang menentukan kinerja lingkungan perusahaan. Oleh karena itu, penentuan biaya lingkungan akan memengaruhi bagaimana perusahaan mengelola kegiatan operasional yang ramah lingkungan. Sesuai dengan hasil penelitian dari Tunggal dan Fachrurrozie (2014) [53] menyatakan bahwa *green accounting* berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

2. Pengaruh *Media Exposure* terhadap *Corporate Social Responsibility*

---

[51] Desy Mariani, "Pengaruh Penerapan *Green Accounting*, Kepemilikan Saham Publik, Publikasi CSR terhadap Pengungkapan CSR dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015)", *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, No.2, Vol. 6, (2017),143.

[52] I Gusti Ayu Purnamawati, Gede Adi Yuniarta, dan I Putu Gede Diatmika, "*Green Accounting: A Management Strategy and Corporate Social Responsibility Implementation*", *International Journal of Community Service Learning*, No. 3, Vol. 2, (2018), 151.

[53] Whino Sekar Prasetyaning Tunggal dan Fachrurrozie, "Pengaruh *Environmental Performance, Environmental Cost* dan *CSR Disclosure* terhadap *Financial Performance*", *Accounting Analysis Journal*, No. 3, Vol. 3, (2014).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Wang (2011)[54] dan Fedderson & Gilligan (2001)[55] media menjadi salah satu faktor penentu dalam setiap tindakan masyarakat terhadap perusahaan baik positif maupun negatif. Perusahaan dinilai dapat memenuhi tanggung jawab sosialnya melalui media elektronik seperti di *website*, *social media*, dan portal berita online. Menurut Nur dan Priantinah (2012)[56] media merupakan salah satu sarana komunikasi perusahaan dengan masyarakat untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial. Sehingga hal tersebut dapat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap perusahaan dalam memenuhi tanggung jawab sosialnya. Sesuai hasil penelitian dari Bodkin, Amato, dan Amato (2015)[57] dan Plorensia dan Hardiningsih (2012)[58] menyatakan bahwa *media exposure* memiliki pengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

3. Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap *Corporate Social Responsibility*

Menurut Avi-Yonah (2008)[59] agresivitas pajak memiliki hubungan dengan tanggung jawab sosial dalam konteks teori legitimasi.

---

[54] Alex Wang, "*The effects of firms advertising disclosures as a reflection of CSR practices on consumer responses*", *Social Responsibility Journal*, No. 4, Vol. 7, (2011), 593.

[55] Timothy J. Fedderson dan Thomas W. Gilligan, "*Saints and markets: activists and the supply of credence goods*", *Journal of economics and management strategy*, No. 1, Vol. 10, (2001), 151.

[56] Marzully Nur dan Denies Priantinah, "Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia (Studi Empiris pada Perusahaan Berkategori High Profile yang Listing di Bursa Efek Indonesia)", *Jurnal Nominal*, No. 1, Vol. 1, (2012), 26.

[57] Charles D. Bodkin, Louis H. Amato, dan Christie H. Amato, "*The Influence of Green Adversiting during Corporate Disaster*", *Corporate Communications: An International Journal*, No. 3, Vol. 20, (2015).

[58] Winda Plorensia A.P dan Pancawati Hardiningsih, "Pengaruh Agresivitas Pajak dan Media Eksplosure terhadap *Corporate Social Responsibility*", *Dinamika Akuntansi, Keuangan, dan Perbankan*, No. 2, Vol. 4, (2015).

[59] Reuven S. Avi-Yonah, "*Corporate social responsibility and strategic tax behavior*", *Tax and Corporate Governance*, Vol. 3 (2008), 184.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Perusahaan yang menerapkan aspek-aspek *corporate social responsibility* cenderung memenuhi kewajibannya untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Biaya kegiatan usaha yang dapat mengurangi pajak penghasilan menjadi *tax deductible* karena dapat memengaruhi pengenaan pajak. Biaya kegiatan usaha tersebut dapat dikatakan sebagai implementasi dari kegiatan *corporate social responsibility* yang memengaruhi tingkat agresif pajak perusahaan. Sesuai hasil penelitian dari Arfiyanto dan Ardiyanto (2017)[60] dan Lanis dan Richardson (2013)[61] yang menyatakan bahwa agresivitas pajak memiliki pengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka dapat disimpulkan hipotesis dalam penelitian ini, sebagai berikut:

H_1: *Green Accounting* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*

H_2: *Media Exposure* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*

H_3: Agresivitas Pajak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*

H_4: *Green Accounting*, *Media Exposure*, dan Agresivitas Pajak berpengaruh secara simultan terhadap *Corporate Social Responsibility*

[60] Rizky Arfiyanto dan Moh Didik Ardiyanto, "Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*", *Diponegoro Journal of Accounting*, No. 4, Vol. 6, (2017).

[61] Roman Lanis dan Grant Richardson, "*Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: a Test of Legitimacy Theory*", *Accounting, Auditing, Accountability Journal*, No.1, Vol.26, (2013).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016)[1] metode penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang meneliti populasi dan sampel yang telah ditentukan dengan menggunakan teknik pengambilan data, instrumen penelitian, analisis kuantitatif/statistik yang sesuai kebutuhan penelitian, sehingga dapat menguji kebenaran dari hipotesis penelitian dan membuat kesimpulan atas hasil pengujian. Metode penelitian yang digunakan bertujuan untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh dari *green accounting, media exposure,* dan agresivitas pajak terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan *property, real estate, and building construction* yang terlisting di Bursa Efek Indonesia.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan November 2020 sampai bulan Juni 2021 yang bertempat di kediaman pribadi peneliti (Surabaya, Jawa Timur) dengan sumber data yang digunakan ialah data sekunder dari internet yaitu laporan keuangan tahunan perusahaan *property, real estate, and building construction* dari website www.idx.co.id.

[1] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta, (2016), 8.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016) [2] populasi merupakan suatu kumpulan generalisasi yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti terdiri dari beberapa objek atau subyek untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Populasi pada penelitian ini mencakup dari semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam sektor *property, real estate, and building construction*. Penelitian ini menggunakan objek penelitian tersebut dikarenakan pada tahun 2018 ke 2019 terjadi penurunan signifikan pada laju pertumbuhan sektor tersebut.[3] Laju pertumbuhan pada tahun 2018 sebesar 2,64% yang menurun pada tahun 2019 sebesar 2,34% dan dengan adanya penurunan *GDP* pada tahun 2018 sebesar 3,82% sedangkan pada tahun 2019 sebesar 1,6%.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ditentukan melalui estimasi penelitian atau dengan statistik.[4] Teknik pengambilan sampling pada penelitian ini menggunakan *non-probability* dengan metode *purposive sampling or expert choice samples*. Metode *purposive sampling* merupakan teknik pengumpulan sampel data dengan memberikan kriteria yang sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan.[5] Teknik tersebut didasarkan pada kriteria yang diinginkan oleh peneliti, yaitu :

---

[2] Ibid, 80.
[3] Badan Pusat Statistik (BPS), "Laju Implisit PDB Seri 2010 (persen), tahun 2018 dan 2019", dalam https://www.bps.go.id/indicator/11/105/2/-seri-2010-laju-implisit-pdb-seri-2010.html diakses pada 18 Noveber 2020.
[4] Sugiyono, *Metode Penelitian*..., 81.
[5] Donald R. Cooper dan Pamela S. Schindler, "*Business Research Methods*", Twelfth Edition, USA: McGraw-Hill Irwin, (2014), 359.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Perusahaan sektor *property, real estate, and building construction* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018 dan 2019. Emiten yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) pada tahun 2019 tidak termasuk pada kategori ini;
2. Seluruh data perusahaan sektor *property, real estate, and building construction* dapat diakses oleh peneliti. Namun, untuk data yang tidak dapat diakses melalui website Bursa Efek Indonesia dan website resmi perusahaan tidak dapat masuk ke dalam sampel penelitian;
3. Perusahaan sektor *property, real estate, amd building construction* yang mempublikasikan laporan *corporate social responsibiliy* pada *annual report*;
4. Perusahaan sektor *property, real estate, and building construction* tidak mengalami kerugian pada tahun 2018 dan 2019 dikarenakan untuk mendapatkan nilai ETR positif.

Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, jumlah sampel dalam sektor *property, real estate, and building construction* dengan total populasi sejumlah 96 perusahaan diperoleh sampel sebanyak 39 perusahaan. Hal itu dikarenakan terdapat 35 perusahaan yang tidak mengungkapkan laporan keuangan tahunan pada salah satu tahun 2018 atau 2019. Selain itu, terdapat 19 perusahaan yang mengalami kerugian dan terdapat 3 perusahaan yang tidak melakukan kegiatan *CSR*. (Lampiran 1).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

D. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016)[6] variabel ialah atribut atau objek yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan diteliti, sehingga akan menghasilkan informasi dan dapat ditarik kesipulan. Variabel penelitian ini merupakan sesuatu hal yang akan diteliti dan menjadi objek dari penelitian. Variabel dalam penelitian dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

1. Variabel Independen

   Variabel Independen merupakan variabel yang menjadi faktor penentu berubahnya nilai dari variabel dependen.[7] Variabel ini juga dapat disebut dengan variabel bebas. Variabel independen (X) dalam penelitian ini ialah *green accounting*, *media exposure*, dan agresivitas pajak.

2. Variabel Dependen

   Variabel Dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang hasil ujinya dipengaruhi oleh satu atau beberapa variabel bebas.[8] Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini ialah *corporate social responsibility*.

E. Definisi Operasional

Menurut Cooper dan Schindler (2014)[9] definisi operasional merupakan *critical concept* yang digunakan untuk mengukur setiap

[6] Sugiyono, *Metode Penelitian*..., 38.
[7] Ibid, 39.
[8] Ibid.
[9] Donald R. Cooper dan Pamela S. Schindler, *Business Research*..., 359.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

variabel pada penelitian sesuai dengan peraturan yang berlaku dengan menghubungkan hipotesis dan teori yang digunakan dalam penelitian. Definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. *Green Accounting*

   Green accounting merupakan ilmu akuntansi yang mengukur dan mengungkapkan biaya-biaya lingkungan dari kegiatan operasional perusahaan. Penelitian ini menggunakan variabel *dummy* sebagai indikator penilaian *green accounting* dengan kriteria apabila perusahaan di dalam laporan keuangan melakukan pengungkapan biaya terkait lingkungan akan diberikan nilai 1, tetapi apabila tidak melakukan pengungkapan akan diberikan nilai 0. Biaya-biaya lingkungan yang dimaksud dalam penelitian ini ialah biaya yang berhubungan dengan lingkungan akibat kegiatan operasional perusahaan seperti biaya pengelolaan limbah, biaya pemeliharaan lingkungan, biaya daur ulang, dan sebagainya.

2. *Media Exposure*

   Media exposure merupakan media yang mempublikasikan kegiatan mengenai sosial dan lingkungan suatu perusahaan. Media dalam penelitian ini difokuskan pada pengungkapan kegiatan *CSR* melalui *website, social media*, dan portal berita online. Peneliti menggunakan variabel *dummy* sebagai indikator penilaian *media exposure* dengan memberikan nilai 1 apabila perusahaan melakukan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengungkapan *CSR* di *website*, *social media* atau portal berita online namun apabila tidak melakukan pengungkapan akan diberikan nilai 0.

3. Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak merupakan suatu perencanaan untuk meminimalisir angka pembayaran pajak perusahaan. Penelitian ini menggunakan ETR (*Effective Tax Rate*) untuk mengukur tingkat agresif pembayaran pajak pada perusahaan *property, real estate, and building construction*. ETR ini merupakan salah satu indikator untuk mengukur agresivitas pajak dengan membagi antara beban pajak penghasilan dengan pendapatan sebelum pajak. ETR dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan rumus:

$$\text{ETR} = \frac{beban\ pajak\ penghasilan}{pendapatan\ sebelum\ pajak}$$

4. *Corporate Social Responsibility*

Corporate social responsibility merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam aspek sosial dan lingkungan yang nantinya diungkapkan dalam sebuah laporan. Penelitian ini menggunakan variabel *dummy* sebagai indikator penilaian. Dalam menentukan nilai 0 dan 1 menggunakan rumus luas pengungkapan *CSR* untuk mengukur tanggung jawab sosial pada perusahaan *property, real estate, and building construction* sebagai dasar penilaian variabel *dummy*. Pengungkapan ini didasarkan pada pedoman *GRI* 4.0. Hal tersebut dikarenakan indikator yang digunakan lebih komprehensif yang memuat aspek ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, hak asasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

manusia, sosial dan produk (Lampiran 2). Apabila memenuhi indikator sesuai indeks *GRI* 4.0 maka akan diberikan nilai 1 namun apabila tidak memenuhi akan diberikan nilai 0. Selanjutnya penelitian ini akan mengukur dengan menggunakan rumus:

$$CSRDI_j = \frac{\sum x_{ij}}{n_j}$$

Keterangan :

$CSRDI_j$: *corporate social responsibility disclosure index* perusahaan j

N_j : Jumlah item untuk perusahaan j

X_{ij} : Skor rasio, 1 apabila diungkapkan dan 0 jika tidak diungkapkan

F. Jenis Data, Sumber Data, dan Teknik Pengumpulan Data

1. Jenis Data

Menurut Cooper dan Schindler (2014)[10] data merupakan sekumpulan dari keterangan berupa angka atau kata-kata yang akan diolah. Jenis data terbagi menjadi dua yakni bentuk kuantitatif dan bentuk kualitatif. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif yang merupakan data sekunder dari laporan keuangan di *website* Bursa Efek Indonesia. Sehingga, dalam penelitian ini membutuhkan data berupa pendapatan sebelum pajak, beban pajak penghasilan, dan biaya lingkungan.

2. Sumber Data

[10] Ibid, 85.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Data yang di kumpulkan pada penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari sumber yang telah ada berupa data publikasi atau dokumentasi dari perusahaan atau pemerintah.[11] Sumber data pada penelitian ini berasal dari data sekunder berupa laporan keuangan yang dapat diakses di *website* resmi Bursa Efek Indonesia yakni www.idx.co.id. Laporan keuangan yang digunakan ialah laporan keuangan tahunan pada tahun 2018 dan 2019.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan proses yang digunakan oleh peneliti dengan menerapkan teknik dan tata cara untuk mengumpulkan data yang diperlukan secara sistematis.[12] Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini ialah metode dokumentasi dengan cara pengumpulan data dan informasi melalui buku, arsip, dokumen, *website*, laporan atau keterangan yang dapat mendukung terlaksananya suatu penelitian. Penelitian ini mengambil data dari laporan keuangan tahunan perusahaan sektor sektor *property, real estate, and building construction* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2019 melalui *website*.

G. Analisis Data

Analisis data digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang ada. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan bantuan SPSS 25 untuk melakukan uji regresi logistik.

[11] Ibid, 86.
[12] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2016)[13] statistik deskriptif merupakan suatu metode untuk analisis data untuk menggambarkan sampel atau populasi suatu penelitian yang sesuai dengan keadaan sebenarnya. Statistik deskriptif ini dapat memberikan gambaran sampel atau populasi penelitian melalui nilai *minimum, maximum, mean*, dan *standard deviation* yang akan digunakan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2016)[14] statistik deskriptif ini dapat menyajikan data dengan menggunakan tabel, grafik, diagram, dan pictogram. Dengan demikian, dalam statistik deskriptif dapat menggambarkan data dengan menganalisis nilai *minimum, maximum, mean*, dan *standard deviation* pada suatu penelitian.

2. Analisis Regresi Logistik

Menurut Ghozali (2011)[15] analisis regresi logistik merupakan suatu metode yang menguji besaran probabilitas pengaruh hubungan dari variabel dependen dapat di prediksikan dengan variabel independen. Analisis ini mensyaratkan untuk variabel dependen berupa variabel dikotomi yaitu bernilai 1 jika terdapat kesesuaian dengan karakteristik atau 0 jika terdapat ketidaksesuaian karakteristik. Menurut Ghozali (2011)[16] analisis regresi logistik ini tidak memerlukan uji mormalitas, uji asumsi klasik, dan uji

[13] Sugiyono, *Metode Penelitian*..., 147.
[14] Ibid.
[15] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. (Semarang : BP universitas Diponegoro, 2011), 333.
[16] Ibid, 225.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

heterokedastisitas pada variabel independen. Berikut persamaan regresi logistik yang digunakan dalam memprediksi besaran pengaruh hubungan variabel independen terhadap variabel depeden:

$$\boldsymbol{Y = \alpha + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + e}$$

Keterangan:

Y : *Corporate Social Responsibility*

x_1 : *Green Accounting*

x_2 : *Media Exposure*

x_3 : Agresivitas Pajak

α : Konstanta

e : *Random error*

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien Regresi

Rumus diatas digunakan peneliti untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu *green accounting*, *media exposure*, dan agresivitas pajak terhadap variabel dependen yaitu *corporate social responsibility*.

a. *Goodness of Fit Test*

Menurut Utomo (2018)[17] *Goodness of Fit Test* merupakan uji yang digunakan untuk menilai kelayakan model regresi yang akan digunakan dengan data penelitian. Model regresi yang dianggap *fit* apabila saat diuji telah memenuhi syarat kelayakan dan kecocokan dengan data penelitian. Hal tersebut dilakukan untuk

[17] Langgeng Prayitno Utomo, "Kecurangan Dalam Laporan Keuangan 'Menguji Teori Fraud Triangle'", *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, No. 1, Vol. 19 ,(2018), 82.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memastikan bahwa model regresi yang digunakan telah sesuai sehingga penelitian yang dilakukan dapat dikatakan relevan. Suatu model regresi dianggap memiliki kelayakan dan kecocokan dengan data penelitian apabila telah memenuhi kriteria dari *Goodness of Fit Test* yang terdiri atas uji *iteration history*, uji *model summary*, uji *hosmer and lemeshow*, dan uji *classification*.

1) *Iteration History*

Menurut Utomo (2018)[18] *iteration history* merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui kelayakan dari prediksi model regresi yang dapat menggambarkan data penelitian. Model regresi yang *fit* dapat terlihat dengan membandingkan nilai *-2 Log Likelihood* step 0 (hasil *block number* 0) dengan *-2 Log Likelihood* step 1 (hasil *block number* 1). Apabila terjadi penurunan dari nilai *-2 Log Likelihood* step 0 terhadap nilai *-2 Log Likelihood* step 1 maka model regresi dikatakan *fit* terhadap data penelitian. Menurut Utomo (2018)[19] nilai $-2\ LogL_1$-$2LogL_0$ akan menghasilkan nilai *chi-square*. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa model regresi yang *fit* atau adanya penurunan pada uji *iteration history* dapat dilakukan analisis tahap selanjutnya.

2) *Model Summary*

[18] Ibid.
[19] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Sulistyo (2010)[20] *model summary* merupakan uji yang digunakan untuk mengestimasi besaran pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. *Model summary* ini menjelaskan keberagaman variabel independen dalam menggambarkan variabel dependen sehingga disebut sebagai koefisien determinan. Nilai yang dihasilkan dapat diketahui melalui *negelkerke R square*. Semakin besar nilai *negelkerke R square* yang dihasilkan maka semakin besar pula kemampuan keberagaman variabel independen dalam menggambarkan variabel dependen.

3) *Hosmer and Lemeshow*

Menurut Utomo (2018)[21] *hosmer and lemeshow* merupakan uji yang digunakan untuk mengestimasi kelayakan model regresi dengan data penelitian. Model regresi dikatakan *fit* apabila dalam uji *hosmer and lemeshow* nilai yang dihasilkan > 0,05 maka tidak terdapat perbedaan antara model regresi dengan data penelitian dan layak untuk dilakukan tahap pengujian selanjutnya. Namun, apabila nilai yang dihasilkan ≤ 0,05 maka terdapat perbedaan antara model regresi dengan data penelitian. Dengan demikian, uji ini memberikan keyakinan bahwa model regresi yang akan digunakan memiliki kelayakan

[20] Joko Sulistyo, "6 Hari Jago SPSS" (Jakarta : Cakrawala, 2010), 58.
[21] Langgeng Prayitno Utomo, Kecurangan Dalam Laporan Keuangan..., 82.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan kecocokan dengan data penelitian, sehingga memberikan hasil yang relevan.

4) *Classification*

Menurut Utomo (2018)[22] *classification* merupakan uji yang mengestimasi benar dan salah atas probabilitas model regresi terhadap variabel dependen. Uji ini memberikan ketepatan klasifikasi atas model regresi terhadap variabel dependen yang memengaruhi akurasi prediksi probabilitas pengaruh model regresi terhadap variabel dependen. Sehingga, nilai *classification table* yang tinggi akan memberikan akurasi prediksi probabilitas yang tinggi pula terhadap variabel dependen. Sedangkan, nilai *classification table* yang rendah akan dianggap kurang *reliable* dikarenakan memiliki akurasi prediksi yang rendah.

b. *Overall Test*

Menurut Utomo (2018)[23] *overall test* merupakan uji yang dilakukan untuk melihat probabilitas signifikansi dari variabel independen terhadap variabel dependen. *Overall test* dilakukan dengan menggunakan uji *omnibus test of coefficients*. Apabila nilai signifikansi yang dihasilkan < 0,05 maka terdapat probabilitas pengaruh salah satu variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen sedangkan, apabila nilai signifikansi > 0,05

[22] Ibid, 83.
[23] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

maka tidak terdapat probabilitas pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

c. *Partial Test*

Menurut Utomo (2018)[24] *partial test* merupakan uji secara parsial pada *variables in the equation* yang digunakan untuk melihat probabilitas besaran pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi pada *variables in the equation* yang digunakan sebesar 0,05. Apabila nilai signifikansi variabel independen < 0,05 maka terdapat pengaruh signifikansi terhadap variabel dependen sedangkan, apabila nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terdapat pengaruh signifikansi terhadap variabel dependen. Kemudian, nilai *beta* pada *variables in the equation* dapat digunakan untuk menentukan pengaruh positif atau negatif variabel independen terhadap variabel dependen. Sehingga, setiap kenaikan nilai *beta* sebesar 1% akan memengaruhi nilai dependen sebesar nilai *beta*.

[24] Ibid, 82.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV
HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini ditujukan untuk menguji dan membuktikan apakah terdapat pengaruh *green accounting*, *media exposure*, dan agresivitas pajak terhadap *corporate social responsibility*. Lokasi penelitian ini adalah perusahaan *property, real estate, and building construction* yang terlisting di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan tersebut telah mempublikasikan *annual report* tahun 2018 dan 2019.

2. Karakteristik Sampel Penelitian

Perusahaan *property, real estate, and building construction* yang terlisting di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2019 berjumlah 96 perusahaan. Berdasarkan populasi tersebut peneliti menggunakan *puposive sampling* dalam mengambil sampel dengan penentuan kriteria yang sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria tersebut antara lain:

Tabel 4.1 Kriteria Sampel

No	Kriteria	Jumlah
1.	Perusahaan sektor *property, real estate, and building construction* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2019	96
2.	Perusahaan yang tidak menerbitkan *annual report* tahun 2018-2019	(35)
3.	Perusahaan sektor *property, real estate, and building construction* yang tidak mempublikasikan *CSR* pada *annual report*	(3)
4.	Perusahaan sektor *property, real estate, and building construction* mengalami kerugian pada tahun 2018 dan 2019	(19)
Total Sampel		39

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan tabel kriteria diatas, maka total sampel yang digunakan adalah 39 perusahaan sehingga total keseluruhan sampel dalam penelitian ini adalah 78 data (lampiran 1).

B. Analisis Data

Pengujian variabel-variabel independen *green accounting*, *media exposure*, dan agresivitas pajak terhadap variabel dependen yaitu *corporate social responsibility* dalam penelitian ini menggunakan model regresi logistik. Berikut beberapa analisis yang digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif ini bertujuan untuk mengetahui nilai *minimum*, *maximum*, *mean*, dan *standard deviation* dari variabel independen *green accounting*, *media exposure*, dan agresivitas pajak terhadap variabel dependen *corporate social responsibility*.

Tabel 4.2 Statistik Deskriptif

	N	Min	Max	Mean	Std. Dev
BL	78	0,00	1,00	0,5000	0,50324
ME	78	0,00	1,00	0,5385	0,50175
ETR	78	0,00	1,15	0,0853	0,17366
CSRI	78	0,00	1,00	0,7692	0,42405
Valid N (listwise)	78				

Sumber: Data output software SPSS 25.

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan hasil output SPSS dari analisis deskriptif dengan sampel sebanyak 78. Tabel tersebut memaparkan bahwa pada variabel *green accounting* (BL) mempunyai nilai *minimum* sebesar 0,00 dan nilai *maximum* sebesar 1,00

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dikarenakan variabel *dummy*. Selain itu, nilai *mean* dan *standard deviation* yang didapatkan ialah 0,5000 dan 0,50324. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat 50% perusahaan yang mengungkapkan biaya lingkungan dan sisanya sebesar 50% perusahaan tidak mengungkapkan biaya lingkungan.

Variabel *media exposure* (ME) merupakan variabel *dummy*, sehingga mempunyai nilai *minimum* sebesar 0,00 dan nilai *maximum* sebesar 1,00. Adapun nilai *mean* dan *standard deviation* yang didapatkan ialah 0,5385 dan 0,50175. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat 53% perusahaan yang mengungkapkan kegiatannya pada media sosial dan sisanya 47% perusahaan yang tidak mengungkapakan.

Variabel agresivitas pajak (ETR) mempunyai nilai *minimum* sebesar 0,00 dan nilai *maximum* sebesar 1,15. Adapun nilai *mean* pada variabel ini sebesar 0,0853 dan nilai *standard deviation* sebesar 0,17366. Hal tersebut menunjukkan bahwa kecenderungan data agresivitas pajak satu perusahaan dengan lainnya memiliki tingkat penyimpangan sebesar 0,17366.

Variabel *corporate social responsibility* yang merupakan variabel dependen menggunakan variabel *dummy*, sehingga diperoleh nilai *minimun* sebesar 0,00 dan nilai *maximum* sebesar 1,00. Adapun nilai *mean* yang diperoleh sebesar 0,7692 dan nilai *standard deviation* sebesar 0,42405. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengungkapkan *CSR* dengan baik sebanyak 76% dan sisanya sebesar 24% tidak mengungkapkan *CSR* dengan baik.

2. Analisis Regresi Logistik

a. *Goodness of Fit Test*

1) *Iteration History*

Uji *iteration history* ini digunakan untuk mengetahui probabilitas model regresi yang digunakan telah sesuai atau tidak dengan data penelitian.

Tabel 4.3 *Iteration History*

Iteration		*-2 Log Likelihood*	*Coefficients Constant*
Step 0	1	84,500	1,077
	2	84,272	1,200
	3	84,272	1,204
	4	84,272	1,204
Step 1		75,436	

Sumber: Data output software SPSS 25.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pada pengujian *iteration history* mengalami penurunan dari step 0 (*blok number 0*) ke step 1 (*blok number 1*). Nilai yang diperoleh dari nilai uji *iteration history* sebesar 84,272 menjadi 75,436. Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya penurunan sebesar 8,836 menjadikan model regresi *fit* dengan data penelitian.

2) *Model Summary*

Uji *model summary* ini digunakan untuk mengetahui bagaimana kemampuan variabilitas variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.4 *Model Summary*

Step	*-2 Log Likelihood*	*Cox & Snell R Square*	*Negelkerke R Square*
1	75,436[a]	0,107	0,162

Sumber: Data output software SPSS 25.

Berdasarkan tabel diatas pada uji *negelkerke R Square* menghasilkan nilai sebesar 0,162. Sehingga, dapat diketahui bahwa variabel independen yaitu *green accounting*, *media exposure*, dan agresivitas pajak secara bersama-sama memiliki kemampuan menjelaskan sebesar 16,2% terhadap varaibel dependen dan sisanya sebesar 83,8% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

3) *Hosmer and Lemeshow*

Uji *Hosmer and Lemeshow* ini digunakan untuk mengetahui kelayakan dari model regresi, sehingga dapat melakukan pengujian lebih lanjut.

Tabel 4.5 *Hosmer and Lemeshow*

step	chi-square	df	Sig.
1	10,336	8	0,242

Sumber: Data output software SPSS 25.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *chi-square* sebesar 10,336 dengan nilai signifikansi sebesar 0,242 atau lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi dapat diterima dan layak untuk digunakan pada analisis selanjutnya dikarenakan model

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

regresi mampu memprediksi nilai observasi penelitian yang digunakan.

4) *Classification*

Uji *classification* ini digunakan untuk menguji besarnya prediksi mengenai benar dan salah atas probabilitas yang dimiliki oleh model regresi pada perusahaan yang menerapkan *CSR* dengan baik.

Tabel 4.6 *Classification*

			Predicted		
	Observed		*CSRI*		Percentage Correct
			TB (*CSR*)	B (*CSR*)	
Step 1	*CSRI*	TB (*CSR*)	0	18	0,0
		B (*CSR*)	0	60	100,0
	Overall Percentage				76,9

Sumber: Data output software SPSS 25.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hasil dari *classification* sebesar 76,9. Hal tersebut berarti bahwa besaran kemampuan model regresi dalam memprediksi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 76,9%. Model regresi menunjukkan bahwa terdapat 18 dari 78 total data observasi perusahaan yang diprediksikan tidak melakukan *CSR* dengan baik menghasilkan klasifikasi 0 data yang tidak tepat diklasifikasikan pada TB (*CSR*) dan 18 data yang diklasifikasikan tepat di B (*CSR*), sehingga menghasilkan 0% untuk ketepatan pengklasifikasian. Sedangkan, untuk 60 dari 78 total data observasi perusahaan yang diprediksikan melakukan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

CSR dengan baik menghasilkan klasifikasi 0 data yang tidak tepat diklasifikasikan pada TB (*CSR*) dan 60 data yang diklasifikasikan tepat di B (*CSR*), sehingga menghasilkan 100% untuk ketepatan pengklasifikasian.

b. *Overall Test*

Uji *Overall Test* ini digunakan untuk menguji bagaimana probabilitas signifikasi pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Tabel 4.7 *Omnibus Test*

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	8,836	3	0,032
	Block	8,836	3	0,032
	Model	8,836	3	0,032

Sumber: Data output software SPSS 25.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *chi-square* hitung yang diperoleh sebesar 8,836 lebih besar dari nilai *chi-square* tabel dengan df 3 sebesar 7,815. Nilai signifikansi sebesar 0,032 yang berarti bahwa lebih kecil dari 0,05. Sehingga, dapat diketahui bahwa variabel independen secara bersama-sama memengaruhi variabel dependen dalam penelitian ini.

c. *Partial Test*

Uji *partial test* ini digunakan untuk mengetahui besaran pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.8 *Variables in the Equation*

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1	BL	0,914	0,617	2,194	1	0,139	2,494

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ME	1,195	0,613	3,805	1	0,051	3,305
ETR	-0,276	1,797	0,024	1	0,878	0,758
Constant	0,317	0,413	0,588	1	0,443	1,372

Sumber: Data output software SPSS 25.

Berdasarkan perhitungan diatas diperoleh persamaan model koefisien regresi logistik, sebagai berikut:

$$\boldsymbol{CSR = 0,317 + 0,914\ (BL) + 1,195\ (ME) - 0,276\ (ETR)}$$

Maka tabel *variables in the equation* dan persamaan regresi logistik diatas dapat diinterpretasikan, sebagai berikut:

1. Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 0,317 yang berarti jika variabel *green accounting* (BL), *media exposure* (ME), dan agresivitas pajak (ETR) sama dengan nol maka nilai *corporate social responsibility* sebesar 0,317.
2. Variabel *green accounting* (BL) memiliki koefisien sebesar 0,914 dan bernilai positif. Apabila nilai koefisien yang positif bertambah akan memengaruhi kegiatan *corporate social responsibility*. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan sebesar 1% pada *green accounting* akan menaikkan probabilitas *corporate social responsibility* yang akan dilakukan suatu perusahaan. Sedangkan, nilai signifikansi yang diperoleh dari variabel ini sebesar 0,139 > 0,05. Sehingga, dapat dikatakan bahwa variabel *green accounting* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *corporate social responsibility*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Variabel *media exposure* (ME) memiliki koefisien sebesar 1,195 dan bernilai positif. Apabila nilai koefisien yang positif bertambah akan memengaruhi kegiatan *corporate social responsibility*. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan sebesar 1% pada *media exposure* akan menaikkan probabilitas *corporate social responsibility* yang akan dilakukan suatu perusahaan. Sedangkan, nilai signifikansi yang diperoleh dari variabel ini sebesar 0,051 > 0,05. Sehingga, dapat dikatakan bahwa variabel *media exposure* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *corporate social responsibility*.
4. Variabel agresivitas pajak (ETR) memiliki koefisien sebesar -0,276 dan bernilai negatif. Apabila nilai koefisien yang negatif bertambah akan memengaruhi kegiatan *corporate social responsibility*. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan sebesar 1% pada agresivitas pajak akan menurunkan probabilitas *corporate social responsibility* yang akan dilakukan suatu perusahaan. Sedangkan, nilai signifikansi yang diperoleh dari variabel ini sebesar 0,878 > 0,05. Sehingga, dapat dikatakan bahwa variabel agresivitas pajak tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *corporate social responsibility*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V
PEMBAHASAN

A. Pengaruh *Green Accounting* terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil dari *variables in the equaiton* menunjukkan bahwa nilai *beta* yang dihasilkan sebesar 0,914 dan bernilai positif, sehingga apabila terjadi kenaikan sebesar 1% maka akan menaikkan probabilitas *corporate social responsibility* sebesar 0,914. Sedangkan, nilai signifikansi variabel *green accounting* yang dihasilkan sebesar 0,139. Hal tersebut berarti bahwa nilai signifikansi > 0,05 maka *green accounting* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Mariani (2017) dan Purnamawati, Yuniarta, dan Diatmika (2018) yang menyatakan bahwa *green accounting* tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibilty*. Akan tetapi, penelitian ini tidak mendukung penelitian Tunggal dan Fachrurrozie (2014) yang menyatakan bahwa *green accounting* berpengaruh terhadap *corporate social responsibilty*.

Hasil tersebut dikarenakan biaya lingkungan yang telah diungkapkan bukan merupakan prioritas utama bagi perusahaan dalam melakukan pengungkapan *CSR*. Pengungkapan biaya lingkungan yang dilakukan suatu perusahaan sebagai salah satu bentuk adanya pelaksaaan *CSR* ini masih dilakukan secara inkonsisten. Perusahaan cenderung tidak mengungkapkan biaya lingkungan yang mana menjadi salah satu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pertimbangan bagi para *stakeholder* sebagai indikator penilaian tanggung jawab sosial pada aspek lingkungan.

Hal tersebut dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini tidak mendukung adanya s*takeholder theory* dikarenakan teori ini mewajibkan perusahaan untuk memperhatikan kepentingan dari *stakeholder* untuk menghindari adanya konflik. Selain itu, penelitian ini tidak mendukung adanya teori akuntansi sosial yang menyatakan bahwa perusahaan seharusnya mengungkapkan biaya terkait dampak aktivitas perusahaan yang memiliki kepentingan sosial. Dalam penelitian ini pengungkapan biaya lingkungan cenderung tidak dilakukan dikarenakan perusahaan lebih mementingkan operasional daripada biaya terkait lingkungan. Dengan demikian, perusahaan dapat dikatakan belum sepenuhnya melakukan pengungkapan biaya terkait lingkungan dengan baik.

Proksi biaya lingkungan tidak berpengaruh juga dikarenakan berdasarkan data, perusahaan cenderung melakukan pembagian tugas kepada staff yang kurang memahami terkait pengungkapan *CSR* dan perusahaan tidak memberikan pelatihan terkait *CSR*. Selain itu, anggaran yang dibuat oleh perusahaan tidak sesuai dengan realisasi, sehingga hal tersebut terkesan bahwa perusahaan kurang dalam menentukan kebutuhan atas perencanaan anggaran *CSR*. Kesalahan dalam penentuan kebutuhan anggaran *CSR* dapat diatasi dengan perusahaan harus mengidentifikasi indikator pengukuran dalam mempresentasikan dan mengungkapkan biaya lingkungan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sedangkan, menurut *legitimacy theory* mengemukakan bahwa perusahaan sebaiknya melakukan operasional yang sejalan dengan norma-norma dan nilai yang berlaku, maka dapat meningkatkan kepercayaan publik. Dalam penelitian ini tidak mendukung *legitimasi theory* dikarenakan tidak adanya pengungkapan dan terdapat kesalahan pembagian tugas menyebabkan terjadinya penurunan *GDP* pada sektor *property, real estate, and building constuction* yang didukung pula dengan sulitnya dalam melakukan perizinan pada sektor ini. Hal ini yang menyebabkan banyak perusahaan pada sektor ini tersandung kasus terkait perizinan dan analisis mengenai dampak alam dan lingkungan (AMDAL) terkait *CSR*. Oleh sebab itu, mengakibatkan turunnya rasa kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan pada sektor *property, real estate, and building constuction*. Berdasarkan data diatas maka dapat disimpulkan hasil pengujian hipotesis ialah menolak H_1 yang berarti bahwa biaya lingkungan tidak berpengaruh terhadap *CSR*.

B. Pengaruh *Media Exposure* terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil dari *variables in the equaiton* menunjukkan bahwa nilai *beta* yang dihasilkan sebesar 1,195 dan bernilai positif sehingga apabila terjadi kenaikan sebesar 1% maka akan menaikkan probabilitas *corporate social responsibility* sebesar 1,195. Sedangkan, nilai signifikansi variabel *media exposure* yang dihasilkan sebesar 0,051. Hal tersebut berarti bahwa nilai signifikansi > 0,05 maka *media exposure* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *corporate social*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

responsibility. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Mariani (2017) dan Nur dan Priantinah (2012) yang menyatakan bahwa *media exposure* tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibilty*. Akan tetapi, penelitian ini tidak mendukung penelitian Plorensia dan Hardiningsih (2015) yang menyatakan bahwa *media exposure* berpengaruh terhadap *corporate social responsibilty*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *media exposure* tidak berpengaruh terhadap *CSR* dikarenakan pada perusahaan sektor *property, real estate, and building constuction* ini masih belum maksimal dalam penggunaan media sosial yang ada. Penelitian ini tidak mendukung teori akuntansi sosial dikarenakan teori tersebut mewajibkan perusahaan mengimplementasikan biaya terkait optimalisasi informasi pada *stakeholder* sesuai dengan anggaran perusahaan. Media sosial yang dimiliki oleh perusahaan masih membingungkan bagi *stakeholder* untuk mengakses informasi terkait *CSR* akibat informasi yang disajikan oleh perusahaan terkesan belum terjadwal dengan matang. Selain itu, penempatan informasi kegiatan *CSR* terbaru terkait perusahaan diletakkan pada *menu* yang jarang dilihat atau tidak mudah diakses oleh seluruh masyarakat atau *stakeholder*.

Stakeholder theory menjelaskan bahwa adanya pengungkapan *CSR* melalui *media* memudahkan para *stakeholder* untuk lebih mengetahui kondisi dari suatu perusahaan sedangkan, *legitimasi theory* menjelaskan perusahaan yang memperoleh legitimasi akan memiliki hubungan yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

baik dengan masyarakat sekitar. Namun, pada penelitian ini tidak sejalan dengan teori tersebut dikarenakan pelaporan *CSR* pada media sosial mayoritas masih dilakukan oleh perusahaan dengan skala besar saja. Hal tersebut dikarenakan perusahaan dengan skala kecil menengah masih belum mengungkapkan informasi terkait kegiatan *CSR* mereka secara informatif dan transparan kepada masyarakat atau *stakeholder*. Selain itu, media yang dimiliki oleh perusahaan cenderung digunakan hanya untuk melakukan pengalihan *isue* atas kesalahan pencemaran lingkungan dan lainnya yang dilakukan oleh suatu perusahaan. Hal tersebut dikarenakan perusahaan dengan skala besar lebih menjaga reputasi baik dihadapan *stakeholder* dibandingkan perusahaan skala kecil menengah.

Berdasarkan Jatimnet.com terdapat salah satu contoh kasus yang sempat dialami oleh Citraland dengan masyarakat sepat lidah kulon. PT. Ciputra Development, Tbk yang terkenal sebagai perusahaan dengan konsep perumahan ramah lingkungan (*Green Building*) dituntut oleh masyarakat Sepat Lidah Kulon untuk pengembalian ruang terbuka hijau serta pengembalian fungsi waduk yang terdapat pada wilayah tersebut dikarenakan masyarakat merasa dirugikan atas tertutupnya ruang terbuka hijau serta fungsi waduk yang sering menyebabkan banjir pada pemukiman masyarakat sekitar waduk dan penurunan kualitas air waduk tersebut. Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian hipotesis ialah menolak H_2 yang berarti *media exposure* tidak berpengaruh terhadap *CSR*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil dari *variables in the equaiton* menunjukkan bahwa nilai *beta* yang dihasilkan sebesar -0,276 dan bernilai negatif sehingga apabila terjadi kenaikan sebesar 1% maka akan menurunkan probabilitas *corporate social responsibility* sebesar -0,276. Sedangkan, nilai signifikansi variabel agresivitas pajak yang dihasilkan sebesar 0,878. Hal tersebut berarti bahwa nilai signifikansi > 0,05 maka agresivitas pajak tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Ramadhan dan Amrin (2019) yang menyatakan bahwa agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Akan tetapi, penelitian ini tidak mendukung penelitian Arfiyanto dan Ardiyanto (2017) yang menunjukkan bahwa agresivitas pajak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

Hasil tersebut dikarenakan perusahaan cenderung lebih mengutamakan tujuan utama yaitu mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya. Perusahaan lebih memfokuskan untuk meningkatkan kinerja keuangan dengan baik daripada meningkatkan tanggung jawab sosialnya. Penekanan biaya sebagai pengurang pembayaran pajak banyak dilakukan perusahaan dalam meningkatkan keuntungan. Hal ini terjadi akibat dari penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan ditujukan untuk menjaga kondisi keuangan perusahaan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penelitian ini tidak mendukung *stakeholder theory* yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kewajiban untuk memperhatikan kepentingan *stakeholder*nya dan melaksanakan tanggung jawab sosialnya. Akan tetapi, hal tersebut dalam kenyataannya penelitian ini tidak berpengaruh dibuktikan dengan adanya penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan sektor *property, real estate, and building construction*. Penghindaran pajak yang dilakukan ditujukan untuk meningkatkan keuntungan dalam rangka meningkatkan perekonomian pada perusahaan sektor *property, real estate, and building construction*.

Hal tersebut dibuktikan dengan adanya penurunan *GDP* selama periode penelitian. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semakin rendah nilai beban pajak penghasilan yang dibayarkan maka akan semakin tinggi tingkat pendapatan perusahaan sektor *property, real estate, and building construction*. Hal tersebut dikarenakan perusahaan pada sektor ini mengalokasikan sebagian besar beban pajaknya yaitu PPN, PPnBM, PBB dan BPHTB kepada konsumen. Dengan demikian, hal tersebut menyebabkan sedikitnya jumlah beban pajak penghasilan dibandingkan dengan pendapatan sebelum pajak. Selain itu, pada sektor ini sebagian besar karyawan merupakan karyawan tidak tetap dengan sistem upah berdasarkan proyek yang dikerjakan. Sehingga, beban terkait karyawan juga akan lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan pada sektor lain yang memiliki jumlah karyawan tetap yang relatif tinggi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penelitian ini juga tidak mendukung teori akuntansi sosial dikarenakan *CSR* sering digunakan oleh perusahaan sebagai beban yang dijadikan pengurang atas pajak perusahaan saja bukan untuk melakukan penganggaran dengan tujuan sosial oleh perusahaan. Akan tetapi, berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa dalam sektor ini *CSR* bukan merupakan faktor terbesar yang dapat menjadi pengurang beban pajak perusahaan dikarenakan terdapat banyak biaya yang difokuskan untuk operasional perusahaan seperti beban administrasi dibanding beban untuk *CSR*. Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian hipotesis ialah menolak H_3 yang berarti agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap *CSR*.

D. Pengaruh *Green Accounting, Media Exposure,* dan Agresivitas Pajak terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil uji *omnibus test* nilai *chi-square* hitung yang diperoleh sebesar 8,836 lebih besar dari nilai *chi-square* tabel dengan df 3 sebesar 7,815. Nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,032 yang berarti bahwa lebih kecil dari 0,05. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian hipotesis ialah menerima H_4 yang berarti variabel independen yaitu *green accounting*, *media exposure*, dan agresivitas pajak secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen *corporate social responsibility*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB VI
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil pengujian regresi logistik pada penelitian ini menunjukkan, sebagai berikut:

1. Variabel independen yaitu *green accounting* (BL), *media exposure* (ME), dan agresivitas pajak (ETR) memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sehingga secara parsial variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen *corporate social responsibility*.
2. Nilai uji *omnibus test* yang dihasilkan sebesar 0,032 < 0,05 menyatakan bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Penelitian ini memiliki nilai *Negelkerke R Square* sebesar 0,162. Sehingga, dapat diketahui bahwa secara bersama-sama variabel independen memiliki keberagaman kemampuan untuk menjelaskan sebesar 16,2% variasi total dari logit dan sisanya sebesar 83,8% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

B. Saran

Penelitian ini memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan yaitu peneliti hanya melakukan penelitian pada perusahaan *property*, *real estate, and building construction* yang terdaftar pada BEI tahun 2018-2019. Variabel independen pada penelitian ini terbatas pada tiga variabel saja yaitu *green accounting*, *media exposure*, dan agresivitas pajak. Ketiga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

variabel independen tersebut memiliki nilai koefisien *Negelkerke R Square* sebesar 0,162. Sehingga, kemampuan variabel indepennden dalam menjelaskan variabel dependen sebesar 16,2% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya. Kemudian, pada penelitian ini menggunakan kriteria tertentu sehingga banyak data yang dieliminasi dan mengakibatkan data penelitian ini terbatas.

Berdasarkan kekurangan dan keterbatasan tersebut diharapkan kepada perusahaan sektor *property, real estate, and building construction* lebih mengembangkan dan memperhatikan pengungkapan *CSR* sehingga dapat meningkatkan *CSR* yang mendukung keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Selain itu, disarankan kepada penelitian selanjutnya untuk menambah variabel pendukung lainnya, sampel, serta periode penelitian dengan tujuan agar penelitian selanjutnya akan memiliki data yang lebih banyak. Maka dari itu, dapat melihat kemampuan konsistensi variabel independen terhadap *CSR* dalam jangka panjang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, M. Wahyuddin dan Hernawati Amiruddin. "Efek *Green Accounting* terhadap *Material Flow Cots Accounting* dalam Meningkatkan Keberlangsungan Perusahaan". *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. No. 2. Vol. 4. (2020).

Actasurya. 2019. "Lagi, Aksi Warga Sepat Tolak Keras Proyek PT. Ciputra Surya". dalam https://www.actasurya.com/lagi-aksi-warga-sepat-tolak-keras-proyek-pt-ciputra-surya diakses pada 19 November 2020.

Alkausar, Bani, Mienati Somya Lasmana, dan Prinintha Nanda S. "Agresivitas Pajak: Sebuah Meta Analisis dalam Persepektif *Agency Theory*". *The International Journal of Applied Business*. No. 1. Vol. 4. (2020).

Anggraini, Dian. "Evaluasi Pelaksanaan dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR): Studi Pada PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant". *Accounting and Business Information Systems Journal*. No. 2. Vol. 2. (2019).

A.P, Winda Plorensia dan Pancawati Hardiningsih. "Pengaruh Agresivitas Pajak dan Media Eksplosure terhadap *Corporate Social Responsibility*". *Dinamika Akuntansi, Keuangan, dan Perbankan*. No. 2. Vol. 4. (2015).

Arfiyanto, Rizky dan Moh Didik Ardiyanto. "Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*". *Diponegoro Journal of Accounting*. No. 4. Vol. 6. (2017).

Avi-Yonah, Reuven S. "*Corporate social responsibility and strategic tax behavior*". *Tax and Corporate Governance*. Vol 3. (2008).

Ariawaty, Rina Novianty dan Siti Noni Evita. *Metode Kuantitatif Praktis*. Bandung: PT. Bima Pratama Sejahtera. (2018).

Badan Pusat Statistik (BPS). "Laju Implisit PDB Seri 2010 (persen), tahun 2018 dan 2019". Diakses pada 18 November 2020. Link URL : https://www.bps.go.id/indicator/11/105/2/-seri-2010-laju-implisit-pdb-seri-2010.html.

Bodkin, Charles D., Louis H. Amato, dan Christie H. Amato. "*The Influence of Green Adversiting during Corporate Disaster*". *Corporate Communications: An International Journal*. No. 3. Vol. 20. (2015).

Cohen, Nevin dan Paul Robbins. *Green Business*: *An A-to-Z Guide*. Thousand Oaks, California: SAGE Publications Inc. (2011).

Donald R. Cooper dan Pamela S. Schindler. "*Business Research Methods*". Twelfth Edition, USA: McGraw-Hill Irwin. (2014).

Dowling, John dan Jeffrey Pfeffer. "*Organizational Legitimacy: Social Values and Organizational Behaviour*". *Pacific Sociology Review*. No. 1. Vol. 18. (1975).

Fedderson, Timothy J. and Thomas W. Gilligan. "*Saints and markets: activists and the supply of credence goods*". *Journal of economics and management strategy*. No. 1. Vol. 10. (2001).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Fitriani, Anis. "Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Biaya Lingkungan terhadap Kinerja Keuangan pada BUMN". *Jurnal Ilmu Manajemen*. No. 1. Vol. 1. (2013).

Freeman, R. Edward. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman Publishing. (1984).

Ghozali, Imam dan Anis Chariri. *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. (2007).

Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : BP universitas Diponegoro. (2011).

Global Reporting Initiative (GRI). "About GRI". dalam https://www.globalreporting.org/about-gri/ diakses pada 11 januari 2021.

Hackston, David & Milne Marcus J. "*Some Determinants of Social And Environmental Disclosures in New Zaeland Companies*". *Accounting, Auditing, and Accountability Journal*. No. 1. Vol. 9. (1996).

Hadi, Nor. "*Social Responsibility*: Kajian *Theoretical Framework*, dan Perannya dalam Riset Dibidang Akuntansi". *AKSES: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. No. 8. Vol. 4. (2009).

Harahap, Sofyan Syafri. *Teori Akuntansi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. (1999).

Hardianti. "Peran *Green Accounting* dalam Upaya Mencegah Pencemaran Lingkungan untuk Menunjang Keberlangsungan Usaha (Studi pada PTPN Persero Pabrik Gula Takalar)". *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. (2017).

Ikatan Akuntansi Indonesia, *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan 46 tentang Pajak Penghasilan*, Jakarta: Salemba Empat, (2014).

Ikhsan, Arfan. *Akuntansi Lingkungan dan Pengungkapannya*. Jakarta: Graha Ilmu. (2008).

Inilahcom. 2019. "4 Tahun Mangkrak, Apartemen LA City Riwayatmu Kini". Dalam https://inilah.com/news/2536281/4-tahun-mangkrak-apartemen-la-city-riwayatmu-kini diakses pada 19 November 2020.

Jatimnet. 2019. "Pengugat Berharap Waduk Sepat Menjadi Kawasan Lindung". dalam https://jatimnet.com/penggugat-berharap-waduk-sepat-menjadi-kawasan-lindung diakses pada 19 November 2020.

Lanis, Roman dan Grant Richardson. "*Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: a Test of Legitimacy Theory*". *Accounting, Auditing, Accountability Journal*. No. 1. Vol. 26. (2013).

Lindawati, Ang Swat Lin dan Marsella Eka Puspita. *Corporate Social Responcibility*: Implikasi Stakeholder dan *Legitimacy Gap* Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan". *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*. No. 1. Vol. 6. (2015).

Liputan 6. 2018. "Pembangunan Apartemen di Serpong Mangkrak, Konsumen Cari Kepastian", dalam https://m.liputan6.com/bisnis/read/3625006/pembangunan-apartemen-di-serpong-mangkrak-konsumen-cari-kepastian diakses pada 19 November 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Loh, Lawrence, Nguyen Thi Phuong Thao, Isabel Sim Thomas Thomas, and Wang Yu. "*Sustainability Reporting in ASEAN* : *State of Progress in Indonesia, Malaysia, Singapore, and Thailand*". (2016). dalam https://bschool.nus.edu.sg/cgs/wp-content/uploads/sites/7/2018/10/ACN-CGIO-Sustainability-Reporting-in-ASEAN-2016.pdf diakses pada 04 Agustus 2021.

Mardikanto, Totok. *CSR (Corporate Social Responsibility) (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan)*. Bandung: Alfabeta. (2014).

Mariani, Desy. "Pengaruh Penerapan *Green Accounting*, Kepemilikan Saham Publik, Publikasi CSR terhadap Pengungkapan CSR dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015)". *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. No. 2. Vol. 6. (2017).

Mattews, M.R. "*Social and Environmental Accounting: A Practical Demonstration of Ethical Concern*". *Journal of Bussiness Ethics*. Vol. 14. (1995).

Mathews, M.R & M.H.B. Perera. *Accounting Theory & Development*. 3rd ed. Melbourne: Nelson. (1996).

Meiyana, Aida dan Mimin Nur Aisyah. Pengaruh Kinerja Lingkungan, Biaya Lingkungan, Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016). *Jurnal NOMINAL*. No. 1. Vol. 8. (2019).

Ningsih, Atika Tri dan Charoline Cheisviyanny. "Analisis Pengungkapan *Corporate Social Repsonsibility* PT. Bukit Asam, Tbk Berdasarkan Global Reporting Initiatives (GRI) dan Kaitannya dengan PROPER". *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*. No. 3. Vol. 1. (2019).

Nur, Marzully dan Denies Priantinah. "Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia (Studi Empiris pada Perusahaan Berkategori High Profile yang Listing di Bursa Efek Indonesia)". *Jurnal Nominal*. No. 1. Vol. 1. (2012).

Nurhaidah dan M. Insya Musa. "Dampak Pengaruh Globalisasi Bagi Kehidupan Bangsa Indonesia". *Jurnal Pesona Dasar*. No. 3. Vol. 3. (2015).

O'Donovan, Gary. "*Environmental Disclosure in the Annual Report: Extending The Applicability and Predictive Power of Legitimacy Theory*". *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. No. 3. Vol. 15. (2002).

Otoritas Jasa Keuangan (OJK). "POJK Nomor 29/POJK.04/2016 tentang Laporan Tahunan Emiten atau Perusahaan Publik". dalam https://www.ojk.go.id/id/kanal/pasar-modal/regulasi/peraturan-ojk/Pages/POJK-Laporan-Tahunan-Emiten-Perusahaan-Publik.aspx diakses pada 10 Januari 2021.

Pistoni, Anna dan Lucrezia Songini. "*Corporate Social Responsibility Determinants: the Relation with CSR Disclosure*". *Accounting and Control for Sustainability*. Vol. 26. (2013).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Purnamawati, I Gusti Ayu Gede Adi Yuniarta, dan I Putu Gede Diatmika. "*Green Accounting: A Management Strategy and Corporate Social Responsibility Implementation*". *International Journal of Community Service Learning*. No. 3. Vol. 2. (2018).

Puspita, Deanna dan Meiriska Febrianti. "Faktor-faktor yang Memengaruhi Penghindaran Pajak pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia". *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. No. 1. Vol. 19. (2017).

Rachmawati, Sistya. "Pengaruh Pengungkapan Sukarela dan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan Terhadap Koefisien Respon Laba". *Media Riset Akuntansi, Auditing, dan Informasi*. No. 2. Vol. 16. (2016).

Rakhiemah, Aldilla Noor dan Dian Agustia. "Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Kinerja Finansial Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia". *Jurnal dan Prosiding SNA-Simposium Nasional Akuntansi*. Vol. 12. (2009).

Ramadhan, Abid dan Arfan Amrin. "Agresivitas Pajak dan Kinerja Lingkungan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure". Jurnal Akuntansi, Ekonomi, dan Manajemen Bisnis*. No. 2. Vol. 7. (2019).

Ramanathan, Kavaseri V. "*Toward a Theory of Corporate Social Accounting*". *The Accounting Review*. (1976).

Rudito, Bambang dan Melia Famiola. *Corporate Social Responsibility*. Bandung: Rekayasa Sains. (2013).

Rustiarini, Ni Wayan. "Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*". *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*. No. 1. Vol. 6. (2011).

Sari, Rizkia Anggita. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia". *Jurnal Nominal*. No. 2. Vol. 1. (2012).

Siegel, Gary & Helene Ramanauskas-Marconi, *Behavioral Accounting*, Cincinnati: Ohio South-Western Publishing Co, (1989).

Septianingsih, Lusia Revika dan Muhamad Muslih. "*Board Size, Ownership Diffusion, Gender Diversity, Media Exposure*, dan Pengungkapan *Corporate Social Responsbility* (Studi Kasus pada Perusahaan Indeks SRI-KEHATI yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017)". *Jurnal Akuntansi Maranatha*. No. 2. Vol. 11. (2019).

Sulistyo, Joko. 6 Hari Jago SPSS. Jakarta : Cakrawala. (2010).

Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta. (2016).

Tunggal, Whino Sekar Prasetyaning dan Fachrurrozie. "Pengaruh *Environmental Performance, Environmental Cost* dan *CSR Disclosure* terhadap *Financial Performance*". *Accounting Analysis Journal*. No. 3. Vol. 3. (2014).

Ullmann, Arieh A. "*Data in search of a theory: a critical examination of the relationships among social performance, social disclosure and*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

economic performance of US firms". *Academy of Management Review*. No. 3. Vol. 10. (1985).

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Utomo, Langgeng Prayitno. "Kecurangan Dalam Laporan Keuangan 'Menguji Teori Fraud Triangle'". *Jurnal Akuntansi dan Pajak*. No. 1. Vol. 19. (2018).

Wang, Alex. "*The effects of firms advertising disclosures as a reflection of CSR practices on consumer responses*". *Social Responsibility Journal*. No. 4. Vol. 7. (2011).

Wibisono,Yusuf. *Membedah Konsep & Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing. (2007).

Widiastuti, Harjanti, Evy Rahman Utami, Dan Ridi Handoko. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, *Growth*, dan *Media Exposure* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2015)". *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*. No. 2. Vol. 3. (2018).

Yuliskayani, Luh dan I Gst Ayu Eka Damayanthi. "*Consumer Proximity, Media Exposure, Enviromental Sensitivity,* dan *Profitability* dalam Memengaruhi CSRD di Indonesia". *E-jurnal Akuntansi*. No. 3. Vol. 23. (2018).

Zeng, Tao. "*Corporate Social Responsibility, Tax Aggressiveness, and Firm Market Value*". *Accounting Perspectives*. No. 1. Vol. 15. (2016).

Zulhaimi, Hanifa. "Pengaruh Penerapan *Green Accounting* terhadap Kinerja Perusahaan (Studi pada Perusahaan Peraih Penghargaan Industri Hijau yang Listing di BEI)". *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*. No. 1. Vol. 3. (2015).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id