

**PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK, LEVERAGE, DAN MEDIA  
EXPOSURE TERHADAP CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI  
VARIABEL MODERASI (Studi Empiris pada Perusahaan  
Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di  
Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020)**

Oleh:

Cholida Nur Faizah  
(182010300005)

Nama Dosen Pembimbing : Eny Maryanti.SE.,MA.

PRODI AKUNTANSI

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

FEBRUARI, 2023

# Pendahuluan

Dampak berdasarkan kegiatan dalam perusahaan tak hanya ditanggung oleh bagian yang berkaitan dengan industry. Eksistensi dan akibat berlangsungnya kegiatan perusahaan berulang kali bentrok hingga membahayakan pihak lainnya. Alasannya ialah industry memiliki arti sebagai komponen berdasarkan khalayak umum dan lingkungan sekitar. Yang lokasinya tak lepas dari kedua factor diatas. Dalam perusahaan yang menjalankan CSR (*corporate sosial responsibility*) bisa menggunakan gampang mengklaim berlangsungnya operasi industri Bersama dengan itu industri banyak menerima keuntungan menggunakan pengimplementasian dan pengakuan CSR (Wiyuda dan Pramono, 2017).

# Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

1. Apakah Agresivitas Pajak berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility?
2. Apakah Leverage berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility?
3. Apakah Media Exposure berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility?
4. Apakah Agresivitas Pajak berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility dengan Profitabilitas sebagai variabel Moderasi?
5. Apakah Leverage berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility dengan Profitabilitas sebagai variabel Moderasi?
6. Apakah Media Exposure berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility dengan Profitabilitas sebagai variabel Moderasi?

# Metode



**Pendekatan Penelitian :** Pendekatan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang memiliki suatu data didapatkan oleh metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat pos positivime, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah sebagai lawanya ekperime (Sugiyono, 2019).



**Lokasi Penelitian :** Lokasi penelitian disini dilakukan di Perusahaan Manufaktur Sektor Industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020. Dan data perusahaan terutama laporan keuangan akan diperoleh atau didapatkan di BEI kampus Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.



**Definisi Operasional, Identifikasi Variabel, Indikator Variabel :** Variabel ini sering disebut variabel stimulus atau prediktor. Dari segi bahasa Indonesia diartikan sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat) (Sugiyono, 2016:39). Variabel Independent dalam penelitian ini adalah Agresivitas Pajak , Leverage, dan Media Exposure. Variabel Dependent dalam penelitian ini adalah Corporate Social Responsibility. Variabel moderasi dalam penelitian ini adalah Profitabilitas.

# Metode

## POPULASI & SAMPEL

- Adapun Populasi dalam penelitian ini adalah Perusahaan Manufaktur Sektor Industri barang dan konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020.
- Penentuan sampel dalam penelitian didasarkan pada metode *Purposive Sampling* yaitu sampel dipilih berdasarkan pertimbangan kriteria tertentu.

## JENIS & SUMBER DATA

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan data yang digunakan dalam penelitian ini seluruhnya merupakan data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung dan dalam bentuk yang disusun dengan baik.

## JENIS & SUMBER DATA

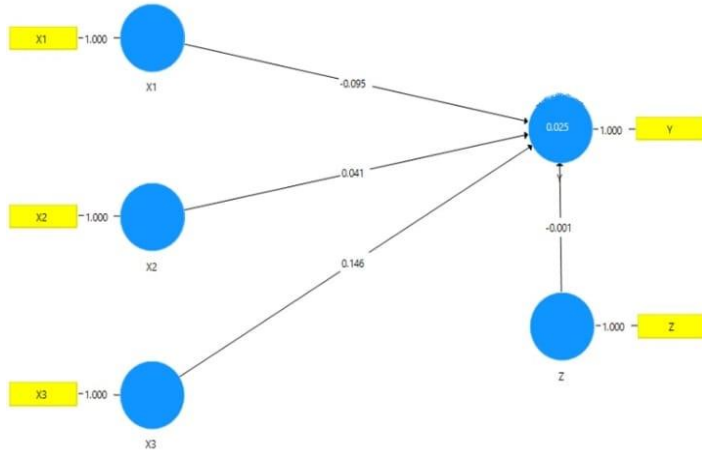
Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi, yaitu dengan cara mencatat atau mendokumentasikan data yang tercantum pada laporan keuangan perusahaan perhotelan yang terdapat di BEI melalui website resmi Bursa Efek Indonesia ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)) untuk periode tahun 2017-2020.

## PENGUJI HIPOTESIS

- Uji Partial Least Square (PLS)
  1. Outer Model
  2. Inner Model
- Uji Model Struktural konstruk reflektif
  - Menggunakan uji inner model.
  - Nilai T statistik lebih besar dibandingkan dengan nilai T tabel sebesar 1.96

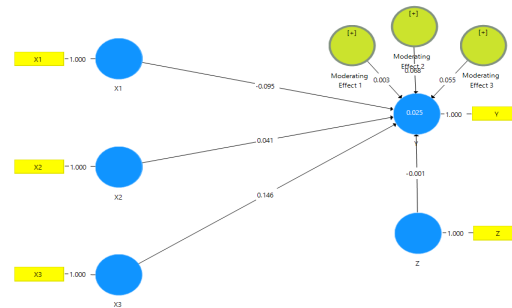
# Hasil DAN PEMBAHASAN

## Outer Model



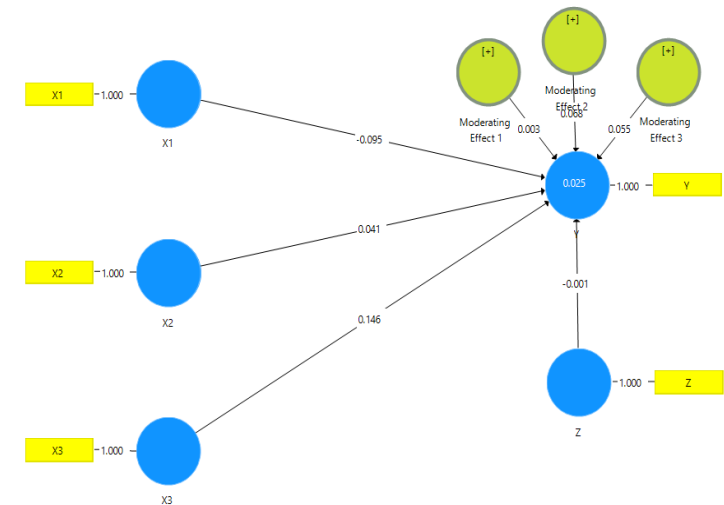
Outer model dinilai dengan cara melihat convergent validity (besarnya loading factor untuk masing-masing konstruk). convergent validity dari model pengukuran refleksi indikator dinilai berdasarkan korelasi antara score / component score dengan construct score yang dihitung dengan PLS.

## Inner Model



Convergent validity dari model pengukuran dengan indikator reflektif dapat dilihat dari korelasi antara item score/indikator dengan score konstruknya. Ukuran reflektif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur.

## Uji Inner Model



Inner model menunjukkan hubungan antar konstruk dan nilai signifikansi serta nilai R-square

# HASIL DAN Pembahasan

Nilai T statistik lebih besar dibandingkan dengan nilai T tabel sebesar 1.96

	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistics	P Values
	(O)	(M)	(STDEV)	( O/STDEV )	
Moderating Effect 1 - > Corporate Social Responsibility	0.003	0.084	0.355	2.009	0.003
Moderating Effect 2 - > Corporate Social Responsibility	0.068	0.073	0.381	2.179	0.048
Moderating Effect 3 - > Corporate Social Responsibility	0.055	0.045	0.248	2.221	0.025
Agresivitas Pajak - > Corporate Social Responsibility	0.095	0.055	0.164	2.578	0.046
Leverage - > Corporate Social Responsibility	0.041	0.047	0.255	2.160	0.037
Media Exposure - > Corporate Social Responsibility	0.146	0.134	0.165	2.884	0.033

# KESIMPULAN

Bedasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

- Variabel Agresivitas pajak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap corporate social responsibility pada perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020.
- Variabel leverage mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap corporate social responsibility pada perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020.
- Variabel Media Exposure mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap corporate social responsibility pada perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020.
- Variabel Agresivitas pajak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap corporate social responsibility dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020.
- Variabel Leverage mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap corporate social responsibility dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020.
- Variabel Media Exposure mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap corporate social responsibility dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020.



