

PENGARUH CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY DAN
AGRESIVITAS PAJAK DENGAN
VARIABEL KONTROL UMUR
PERUSAHAAN, UKURAN
DEWAN KOMISARIS, DAN
DEWAN KOMISARIS
INDEPENDEN TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN PADA SEKTOR
ENE

Submission date: 15-Apr-2024 03:38PM (UTC+0700)

Submission ID: 2350322133

File name: SKRIPSI_FIRDAUSA.docx (4.71M)

Word count: 14628

Character count: 106374

by - -

**⁴¹ PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN AGRESIVITAS
PAJAK DENGAN VARIABEL KONTROL UMUR PERUSAHAAN, UKURAN
²² DEWAN KOMISARIS, DAN DEWAN KOMISARIS INDEPENDEN TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN PADA SEKTOR ENERGI YANG TERDAFTAR DI
BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2018 – 2022**

¹² SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar

Sarjana Akuntansi

Program Studi Akuntansi



Diajukan Oleh:

FIRDAUSA RATNA SARI

NPM : 20430014

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2024

ABSTRAK

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh *corporate social responsibility* dan agresivitas pajak dengan variabel control umur perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan dewan komisaris independen. Variabel *corporate social responsibility* diukur menggunakan *corporate social responsibility disclosure index* (CSRDI). Penelitian ini menggunakan umur perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan dewan komisaris independen. Nilai perusahaan diukur menggunakan *price to book value*. *pengungkapan* CSDRI sesuai dengan standar pelaporan internasional atau *sustainability reporting guidelines* dari *Global Reporting Initiatives* GRI standar 2016. Agresivitas pajak diukur menggunakan *Effective Tax Rates* (ETR). Data yang digunakan berupa laporan keuangan tahunan (*Annual Report*) yang telah dipublikasikan oleh *sampling* dan menghasilkan 12 perusahaan dengan sampel berjumlah 60 yang sesuai digunakan sebagai sampel penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda dengan menggunakan program spss versi 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* baik agresivitas pajak dengan variabel control umur perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan dewan komisaris independen berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: *corporate social responsibility*, agresivitas pajak, nilai perusahaan

ABSTRACT

This study examines the effect of corporate social responsibility and tax aggressiveness with the control variables of company age, board size, and independent board of commissioners. The corporate social responsibility variable is measured using the corporate social responsibility disclosure index (CSRDI). This study uses company age, board size, and independent board of commissioners. Firm value is measured using price to book value. CSRDI disclosure in accordance with international reporting standards or sustainability reporting guidelines from the Global Reporting Initiatives GRI standard 2016. Tax aggressiveness is measured using Effective Tax Rates (ETR). The data used is in the form of annual financial reports (Annual Report) that have been published by sampling and producing 12 companies with a sample of 60 that are suitable for use as research samples. The method used in this research is quantitative method and the analysis used is multiple linear analysis using the spss version 23 program. The results of this study indicate that corporate social responsibility both tax aggressiveness with control variables of company age, board size, and independent board of commissioners simultaneously affect firm value.

Keyword: Corporate social responsibility, tax aggressiveness, firm value

BABI

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang masalah

Perusahaan yang mengutamakan nilai keberlanjutannya memperhatikan dampak positif jangka panjang pada lingkungan, masyarakat, dan ekonomi. Mereka membuat keputusan lingkungan, sosial, dan ekonomi. Nilai inovasi menekankan betapa pentingnya mencari cara baru untuk meningkatkan barang, layanan, dan proses bisnis. Perusahaan yang menerapkan nilai inovasi berusaha untuk tetap relevan dan sesuai dengan perubahan pasar dan teknologi. Nilai perusahaan menunjukkan kemakmuran para pemegang saham juga lebih tinggi. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa peningkatan nilai perusahaan akan berdampak pada peningkatan kemakmuran para pemegang saham (Sumantri & Andini, 2019). Nilai perusahaan (*firm value*) merupakan konsep penting bagi investor, karena nilai perusahaan merupakan indikator bagi pasar dalam menilai perusahaan secara keseluruhan. Dengan begitu pasar percaya bahwa kinerja perusahaan memiliki prospek yang bagus pada masa yang akan datang. Karena itu, tujuan perusahaan adalah meningkatkan nilai saham perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau pemegang saham.

Bagi investor, nilai perusahaan adalah hal yang penting karena nilai perusahaan merupakan indikator nilai pasar secara keseluruhan (Primawati & Andajani, 2023). Daya tarik investor untuk menanamkan modalnya meningkat seiring dengan nilai perusahaan. Harga saham

biasanya dikaitkan dengan persepsi investor tentang nilai perusahaan. Harga saham di bursa efek Indonesia ditentukan oleh permintaan dan penawaran. Ketika permintaan saham perusahaan meningkat maka harga saham cenderung meningkat, tetapi ketika menjual saham perusahaan maka harga saham cenderung akan mengalami penurunan.

Pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan atau yang disebut dengan *corporate social responsibility* (CSR) adalah bidang transparansi perusahaan virtual yang sedang berkembang. Melalui pengungkapan CSR, manajer mempunyai kesempatan unik untuk mempromosikan upaya dan kontribusi pembangunan ekonomi dan sosial perusahaan mereka karena pilihan, niat, dan keyakinan pengambilan keputusan mempengaruhi keputusan CSR.

Corporate Social Responsibility menunjukkan bahwa perusahaan melakukan bisnis untuk manfaat para pemegang saham. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) didefinisikan sebagai ¹³ tanggung jawab organisasi terhadap dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan. Hal ini diwujudkan dalam bentuk perilaku yang transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, memperhatikan ekspektasi para pemangku kepentingan, sesuai dengan hukum dan norma-norma internasional yang berlaku, serta terintegrasi dengan organisasi secara keseluruhan (Sari & Setiahadi, 2019). *Corporate Social Responsibility* adalah ¹ bukti bahwa perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya tidak hanya untuk para pemegang saham (*shareholder*),

melainkan juga untuk memberikan dampak positif kepada para (*stakeholder*) dan lingkungan hidup. (Sumantri & Andini, 2019) mendefinisikan CSR sebagai bentuk tanggungjawab sosial perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan. Dengan menggunakan pengungkapan tanggung jawab sosial, perusahaan berusaha untuk membangun hubungan yang baik dengan publik dan *stakeholder* lainnya tentang bagaimana perusahaan telah menerapkan CSR dalam setiap aspek operasinya.

Faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah agresivitas pajak. Menurut (Candra Kusuma et al., 2023) agresivitas pajak adalah strategi yang digunakan oleh manajemen untuk menurunkan jumlah pajak yang harus di bayar. Keuntungan yang tinggi dapat diperoleh dengan menurunkan jumlah pajak yang harus di bayar perusahaan. Citra perusahaan akan buruk sebagai akibat dari pengurangan pembayaran pajak, dan perselisihan dengan pemangku kepentingan dapat terjadi.

Sistem pajak seringkali sangat rumit, dengan banyak aturan dan peraturan yang sulit dipahami oleh orang awam. Beberapa individu atau perusahaan mungkin mencari celah dalam peraturan ini untuk mengurangi kewajiban pajak mereka. Beberapa hukum pajak dapat menjadi ambigu atau berubah seiring waktu. Hal ini bisa menjadi latar belakang bagi individu atau perusahaan untuk mencoba menginterpretasikan peraturan pajak dengan cara menguntungkan mereka. Salah satu alasan utama untuk melakukan agresi

pajak adalah untuk mengurangi biaya pajak yang harus dibayar oleh individu atau perusahaan. Ini dapat meningkatkan laba bersih atau pendapatan pribadi.

Setiap perusahaan pastinya mempunyai tujuan buat memaksimalkan laba dari kegiatan operasionalnya, sehingga banyak sekali usaha atau strategi dilakukan buat meminimalkan beban usaha salah satunya yaitu beban pajak. Usaha-usaha atau strategi yang dilakukan tersebut dikenal dengan istilah manajemen pajak (*tax management*) yang meliputi fungsi perencanaan pajak (*tax planning*), pelaksanaan kewajiban perpajakan (*tax implementation*), dan pengendalian kewajiban perpajakan (*tax control*). Tujuan yang dibutuhkan dengan adanya manajemen pajak ini adalah meminimalkan pajak terutang buat memperbesar laba tanpa melanggar hukum perpajakan. Salah satu upaya yang dilakukan perusahaan buat meminimalkan beban pajaknya melalui aktivitas perencanaan pajak yang dilakukan secara berlebihan akan berujung kepada agrevitas pajak.

⁵ *Tax Planning* merupakan suatu alat dan suatu tahap awal dari manajemen perpajakan yang digunakan untuk meminimumkan jumlah pajak terutang yang harus dibayarkan perusahaan. Dalam teori keagenan, perencanaan pajak dapat memfasilitasi *managerial rent extraction* yaitu membenaran atas perilaku oportunistik manajer untuk melakukan manipulasi lama atau penempatan sumber daya yang tidak sesuai (Cahyaningtyas & Syafruddin, 2023).

⁸ Penghindaran pajak atau *tax avoidance* adalah suatu skema transaksi yang ditujukan untuk meminimalkan beban pajak dengan memanfaatkan kelemahan-kelemahan ketentuan perpajakan suatu negara sehingga ahli pajak menyatakan legal karena tidak melanggar peraturan perpajakan, sedangkan ⁵ penggelapan pajak atau *tax evasion* adalah suatu skema memperkecil pajak yang terhutang dengan cara melanggar ketentuan perpajakan (*illegal*). Menurut (Tarmidi, 2023) mengatakan bahwa agresivitas pajak merupakan aktivitas spesifik yang mencakup berbagai macam transaksi, dimana tujuan utamanya adalah untuk menurunkan kewajiban pajak perusahaan. Menurut (Cahyaningtyas & Syafruddin, 2023) jenis umum transaksi agresivitas pajak yaitu penggunaan berlebihan atas utang perusahaan untuk meminimalisir penghasilan kena pajak dengan mengklaim berlebihan pengurangan pajak untuk beban bunga, penggunaan berlebihan atas kerugian pajak. Transaksi dominan yang sering kali dilakukan pada agresivitas pajak ialah secara efektif menambah pengurangan pajak (melalui bunga, kerugian pajak, dan biaya R&D) yang bisa digunakan perusahaan buat mengimbangi evaluasi pendapatan, sebagai akibatnya mengurangi pajak penghasilan serta jumlah pajak terhutang perusahaan.

Dapat disimpulkan bahwa agresivitas pajak merupakan ² bagian dari manajemen pajak dalam hal mengurangi beban pajak. Dimana jika dikaitkan dengan penghindaran atau penggelapan pajak, agresivitas pajak lebih ² mengarah pada penghindaran pajak yang termasuk dalam tindakan sah dalam upaya untuk mengurangi pajak yang harus dibayarkan perusahaan. Tetapi

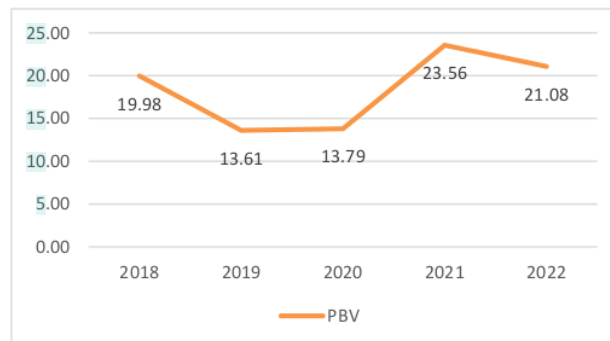
terdapat perbedaan antara penghindaran pajak dan agresivitas pajak yaitu dalam aktivitas agresivitas pajak kegiatan buat mengurangi pajak terhutang dilakukan dengan lebih proaktif.

Sikap agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan masih menggunakan cara yang diperbolehkan dalam peraturan perpajakan, sebagai akibatnya nantinya akan menaikkan laba perusahaan tersebut. Pada hal ini, manajemen mempunyai peranan penting agar strategi yang digunakan perusahaan tetap sesuai dengan peraturan perpajakan.

Agresivitas pajak bisa berdampak buruk bagi perusahaan karena perusahaan dengan sengaja melaporkan laba yang lebih rendah dari laba yang sebenarnya buat menghindari bayar pajak yang terlalu tinggi. Hal ini dilakukan oleh manajemen perusahaan dengan tujuan buat memaksimalkan kesejahteraan *shareholders* antara lain pemegang saham serta investor dengan cara menaikkan nilai perusahaan sebab intinya tujuan utama perusahaan merupakan menaikkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran buat *shareholders*. Tingginya nilai perusahaan yang tercermin dalam harga saham membuat pemegang saham ataupun investor permanen mempertahankan investasinya dan menarik calon investor baru buat menginvestasikan modalnya kepada perusahaan. Meminimalkan beban pajak merupakan cara perusahaan buat dapat memaksimalkan laba dan memberikan kepuasan bagi pemegang saham.

Umur perusahaan didefinisikan sebagai umur sejak berdirinya perusahaan hingga perusahaan tersebut masih mampu menjalankan kegiatan operasinya (Halim & Christiawan, 2019). Dewan komisaris merupakan mekanisme pengendalian intern tertinggi yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak (putri et al., 2016). Dewan komisaris independen merupakan suatu mekanisme untuk mengawasi dan mekanisme untuk memberikan petunjuk serta arahan bagi pengelola perusahaan. Komisaris independen berfungsi untuk menjadi penyeimbangan dalam pengambilan keputusan yaitu mempunyai anggota dewan komisaris yang berasal dari luar perusahaan (Assidiqiyah, 2019).

64
GAMBAR 1.1
RATA-RATA PBV PERUSAHAAN SEKTOR ENERGI TAHUN 2018-2022



Berdasarkan gambar 1.1 yang telah ditampilkan, dapat disimpulkan terdapat fluktuasi pada rata-rata nilai perusahaan yang diprosikan dengan *Price to Book Value (PBV)* pada perusahaan sektor energi periode 2018-2022. Penurunan paling jelas terlihat adalah pada tahun tahun 2019 dan tahun 2020 yang disebabkan adanya pandemi Covid-19. Dari tahun 2018 ke tahun 2019

terdapat penurunan yang signifikan, sebesar 6,37 atau 31,88% pada nilai perusahaan sektor energi. Hal ini berkaitan dengan profit atau laba yang diperoleh perusahaan pada saat pandemi turun sangat signifikan. Nilai perusahaan bisa dilihat melalui salah satunya dengan profitabilitas, dimana profitabilitas yang tinggi menandakan nilai perusahaan juga tinggi. Menurut Wibowo *et al.* (2022) bahwa penurunan profitabilitas disebabkan karena laba yang diterima mayoritas perusahaan di sektor transportasi, energi dan telekomunikasi pada saat pandemi Covid-19 mengalami penurunan. Pada tahun 2020 nilai perusahaan naik, walau besaran naiknya tidak signifikan sebesar 0,18 atau 1,32% dibandingkan periode sebelumnya.

Tahun 2021 rata-rata nilai perusahaan mengalami kenaikan yang drastis jika dibandingkan dengan tahun 2020. Kenaikan ini sebesar 9,77 atau 70,85% yang mana hampir 2 kali lipat dari periode sebelumnya. Padahal menurut informasi dari situs Bursa Efek Indonesia, pergerakan indeks sektor energi diperkirakan naik 34,5% pada 2021. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Latif *et al.* (2022), terdapat informasi dari Kusnandar (2022) yang menyebutkan bahwa pemakaian energi di Indonesia mencapai 909,24 barel sama dengan minyak (*barrel oil equivalent*). Hal yang dimaksud meliputi biomassa, biogas, LPG, briket, biodiesel, solar, bensin, gas alam, batu bara, dan konsumsi energi listrik. Sektor transportasi memiliki konsumsi terbesar sepanjang tahun 2021 dengan capaian sebesar 388,42 juta *BOE* atau 42,72% pada porsi total konsumsi nasional. Dengan informasi ini, tingkat konsumsi energi yang tinggi dapat membuat harga naik dan menjadi prospek jangka

panjang bagi investor. Akan tetapi, pada tahun 2022, nilai perusahaan menjadi turun sebesar 2,48 atau 10,53% dibandingkan dengan periode sebelumnya. Penurunan ini mungkin disebabkan karena peningkatan pendapatan perusahaan tidak diimbangi dengan peningkatan rasio keuangan. Hal ini menjadikan investor ragu-ragu untuk berinvestasi dalam perusahaan sektor energi yang akhirnya membuat nilai perusahaan turun.

Riset yang dilakukan oleh Wijaya *et al.* (2021), Saragih & Said (2023) dan Hutabarat & Siswanta (2016) menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara CSR terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil riset yang dilakukan oleh Apriani & Khairani (2023), Primawati & Andajani (2023), Juliawan *et al.* (2023) dan Diandra (2023) menemukan bahwa ada pengaruh signifikan antara CSR terhadap nilai perusahaan. Riset lain yang dilakukan oleh Rahma *et al.* (2023), Nurasiah & Riswandari (2023), Anastasya *et al.* (2023) dan Aryani & Fauzi (2023) menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan. Namun hasil riset yang dilakukan oleh Prastiwi & Walidah (2020) dan Anasta (2019) menemukan bahwa ada pengaruh signifikan antara agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas serta pentingnya penerapan program CSR dan Agresivitas Pajak yang dilakukan oleh perusahaan, maka akan dilakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Agresivitas Pajak Dengan Variabel Kontrol Umur Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Dan Dewan**

Komisaris Independen Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Energi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia” Dalam penelitian ini juga menggunakan variabel kontrol yaitu umur perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan dewan komisaris independen.

55

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dan agresivitas pajak dengan variabel kontrol umur perusahaan, ukuran dewan komisaris dan dewan komisaris independen berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

34

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh pengetahuan dan dapat menjawab perumusan masalah di atas, yaitu :

1. Untuk menguji dan menganalisis penelitian ini apakah pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dan agresivitas pajak dengan variabel kontrol umur perusahaan, ukuran dewan komisaris dan dewan komisaris independen berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini bermanfaat bagi pihak yang terkait yaitu bagi perusahaan investor. Berikut uraian manfaatnya :

1. Kontribusi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan terkait dengan pengaruh kinerja *corporate social responsibility* (CSR) dan agrevitas pajak terhadap nilai perusahaan apabila diterapkan dan dilaksanakan pada sebuah perusahaan atau industri dan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

76

2. Manfaat praktis

a. Manfaat CSR bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dapat menyusun strategi dan program yang berfokus pada tanggung jawab sosial. Hal ini dapat meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat dan konsumen.

b. Manfaat CSR bagi investor

Penelitian CSR membantu investor untuk memahami praktik bisnis perusahaan terkait dengan tanggung jawab sosial. Dengan adanya informasi yang transparan dan positif mengenai CSR, investor dapat memiliki kepercayaan yang lebih tinggi terhadap perusahaan tersebut.

c. Manfaat agrevitas pajak bagi perusahaan

Penelitian ini membantu perusahaan untuk menganalisis dan memahami strategi perpajakan yang dapat meningkatkan efisiensi pembayaran pajak. Dengan memanfaatkan celah dan insentif perpajakan yang sah, perusahaan dapat mengoptimalkan beban pajak yang harus mereka bayar.

1.5 Sistematika

Sistematika penulis secara garis besar digunakan untuk memperluas dan memudahkan memahami penelitian ini. Adapun susunan sistematika penulisan adalah sebagai berikut :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah penelitian yang diambil, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

BAB 2 : TELAAH PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang teori-teori yang dipakai sebagai pendukung penelitian dan didapatkan dari berbagai literatur. Selanjutnya dari konsep teori tersebut dirumuskan untuk menyusun hipotesis sebagai landasan dari penelitian.

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, model empiris, deskripsi operasional variabel, dan teknik analisis yang diterapkan dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data sekunder dari perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI.

BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil penelitian yang telah diuji, meliputi gambaran umum penelitian yang telah dilakukan, deskriptif statistik variabel, hasil estimasi dan pembuktian hipotesis, serta interpretasi hasil dan pembahasan.

BAB 5 : PENUTUP

Bab ini memuat kesimpulan yang mendasarkan hasil pembahasan dan data yang diperoleh serta alternatif saran-saran perbaikan yang diharapkan dapat menjadi manfaat terkait pengaruh penerapan *corporate social responsibility* dan agrevitas pajak terhadap nilai perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori *Triple Bottom Line* (*People, Planet, Profit*)

Istilah *Triple Bottom Line* diperkenalkan oleh John Elkington's dalam buku berjudul *Partnerships from Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st – Century Business* pada tahun 1998. (John Elkington, 1998.) menyatakan bahwa teori ini menegaskan jika suatu perusahaan ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya maka perusahaan harus memperhatikan aspek 3P (*People, Profit, and Planet*), yang dimana suatu perusahaan tidak hanya mengejar profit atau keuntungan saja namun juga turut berkontribusi dalam penemuan kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat (*people*) serta ikut serta dalam hal menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

1. *People, The social bottom line*

Suatu perusahaan menginginkan kepercayaan masyarakat untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Perusahaan dalam mengembangkan dan menjalankan operasi bisnisnya perlu berupaya memberikan manfaat dan dampak positif bagi masyarakat. Melalui kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat merupakan investasi di masa depan bagi sebuah perusahaan dan masyarakat akan turut menjaga keberadaan suatu perusahaan tersebut.

2. *Planet, The environmental bottom line*

Lingkungan merupakan salah satu factor terpenting dalam menjalankan operasi bisnis perusahaan, karena lingkungan berkaitan dengan konsumsi energi yang efisien, mengelola limbah produksi, dan melakukan daur ulang untuk menjadi produk yang ramah lingkungan. Hubungan antara perusahaan dengan lingkungan merupakan hubungan sebab akibat dimana jika perusahaan merawat lingkungan dengan baik maka akan bermanfaat bagi perusahaan. Begitupun sebaliknya, lingkungan tidak akan memberikan manfaat bagi perusahaan jika perusahaan merusaknya.

3. *Profit, The economic bottom line*

Keuntungan merupakan hal utama yang ingin dicapai perusahaan karena tujuan utama perusahaan adalah mencari keuntungan dengan meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya. Keuntungan merupakan tambahan pendapatan yang digunakan perusahaan untuk menjalankan kegiatan operasi bisnisnya.

2.1.2 Teori Keagenan

Menurut (Ishaqi dan Hermanto 2022) teori keagenan merupakan rumusan permasalahan yang menjelaskan mengenai konflik antara pemilik perusahaan (*principal*) dengan pengelola perusahaan (*agent*). Konflik keagenan yang terjadi antara *agent* dan *principal* karena adanya

kemungkinan *agent* tidak selalu berbuat sesuai dengan kepentingan *principal* sehingga dapat menimbulkan adanya biaya keagenan.

Teori keagenan juga menjelaskan tentang asimetri informasi, dimana manajer memiliki informasi yang lebih banyak terkait perusahaan dibandingkan dengan *stakeholder*. Keterkaitan antara teori keagenan dengan praktik agerevitas pajak adalah adanya konflik antara pemungut pajak dengan manajemen perusahaan terkait laba perusahaan. Pemungut pajak berharap adanya pemasukan yang lebih besar dari beban pajak yang dihasilkan oleh tingginya laba perusahaan. Sedangkan manajer berpandangan bahwa perusahaan harus menghasilkan laba yang tinggi dengan beban pajak yang rendah.

2.1.3 Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa keberhasilan perusahaan sangat bergantung pada kemampuan dalam menyeimbangkan berbagai kepentingan dari para pemangku kepentingan. Teori *stakeholder* berkaitan dengan pengelolaan hubungan antara manajemen perusahaan dengan *stakeholder* baik *inside stakeholder* maupun *outside stakeholder*. (Primawati & Andajani, 2023) menjelaskan bahwa hubungan perusahaan terhadap *stakeholder* dapat dilakukan melalui pengungkapan tanggung jawab sosial lingkungan dan ekonomi. Perusahaan tidak hanya bertanggung jawab terhadap para pemilik tetapi juga memiliki tanggung jawab terhadap kondisi lingkungan dan sosial di masyarakat.

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah suatu entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri tetapi harus memberikan manfaat bagi pemangku kepentingan. Keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* (Primawati & Andajani, 2023). Dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan akan selalu berinteraksi dengan para *stakeholder*.

Praktik pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai bentuk akuntabilitas dari berbagai dampak sosial dan lingkungan oleh perusahaan baik dampak negatif dan dampak positif, baik secara langsung maupun secara tidak langsung memberikan dorongan terhadap operasi perusahaan yang dapat dipercaya sebagai menjamin keberlanjutan lingkungan dan sosial (Primawati & Andajani, 2023).

Tujuan dari teori *stakeholder* adalah untuk membantu manajer memahami lingkungan sekitar kegiatan operasional perusahaan dan melakukan pengelolaan dengan efektif diantara hubungan-hubungan disekitar lingkungan perusahaan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa teori *stakeholder* berguna untuk membantu manajer dalam meningkatkan nilai dari dampak aktifitas yang dilakukan perusahaan dan menimbulkan kerugian bagi para pemangku kepentingan

2.1.4 Teori Sinyal

Menurut (Primawati & Andajani, 2023) teori sinyal menyatakan bahwa perusahaan memiliki informasi yang lebih baik mengenai laba untuk

menyampaikan informasi kepada para calon investor sehingga harga saham tersebut akan meningkat. Informasi sangat penting penting bagi investor dan pelaku bisnis menyajikan catatan serta gambaran yang baik untuk melihat keadaan masa lalu maupun keadaan masa yang akan datang. Informasi keuangan yang lengkap, relevan dan tepat waktu diperlukan oleh investor dalam pasar modal. Informasi yang diterima oleh investor sebagai pengumuman akan memberikan sinyal “berita baik” atau memberikan sinyal buruk “berita buruk” untuk investor dalam pengambilan keputusan investasi. Apabila profit dilaporkan akan mengalami peningkatan, maka informasi sebagai sinyal baik menunjukkan kondisi perusahaan yang baik.

Teori sinyal menjelaskan mengapa perusahaan memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dengan pihak luar sedangkan informasi di dalam perusahaan (internal) merupakan sinyal bagi pelaku pasar untuk melakukan investasi. Pengungkapan informasi di dalam keuangan digunakan memberikan sinyal bagi investor untuk memprediksi kinerja perusahaan dan mengenai prospek di masa yang akan datang. Salah satu cara untuk mengurangi asimetri informasi merupakan memberikan sinyal pada pihak luar, salah satunya berupanya informasi keuangan yang andal, dapat dipercaya dan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek di masa yang akan datang diperusahaan (Primawati & Andajani, 2023).

2.1.5 Nilai perusahaan

Nilai perusahaan merupakan nilai yang menggambarkan kemakmuran para pemegang saham, jika nilai perusahaan tinggi, tingkat kemakmuran pemegang saham semakin tinggi. Nilai perusahaan berhubungan dengan harga saham sehingga dapat dikatakan bahwa dengan meningkatnya nilai suatu perusahaan akan berdampak juga pada peningkatan kemakmuran para pemegang saham (Ishaqi & Hermanto, 2021) Nilai perusahaan pada penelitian ini diprosikan dengan *price to book value* (PBV) yang merupakan perbandingan antara nilai buku saham perusahaan dengan nilai saham yang beredar di pasar modal.

PBV digunakan sebagai tolak ukur untuk memaksimalkan nilai saham perusahaan bagi perusahaan *go public*. PBV membandingkan nilai pasar saham perusahaan dengan nilai bukunya, PBV yang tinggi mengisyaratkan bahwa kinerja perusahaan di masa datang ditaksir semakin menjanjikan oleh investor. Jika perusahaan beroperasi secara lancar maka nilai saham akan naik, sebaliknya jika perusahaan tidak beroperasi dengan lancar maka nilai saham akan turun, hal itu akan berdampak pada nilai suatu perusahaan. Sehingga yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur efisiensi perusahaan merupakan harga saham kepemilikan.

PBV digunakan sebagai indikator nilai perusahaan karena merupakan rasio pengukuran nilai yang diberikan pasar keuangan untuk manajemen serta perusahaan. Perusahaan dengan tingkat pengambilan

ekuitas yang relative tinggi biasanya menjual saham lebih tinggi dari nilai bukumnya. Berikut rumus mencari nilai PBV (Brigham, 2001):

$$Price\ Book\ Value\ (PBV) = \frac{\text{Harga Pasar Per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}} \times 100$$

Dalam menentukan nilai perusahaan tidaklah muda sebab ada beberapa kendala yang dihadapi oleh penilai. Masalah-masalah yang timbul antara lain:

- a. Pertumbuhan masa yang akan datang tidak akan selalu identic dengan pertumbuhan masa lalu
- b. Perbandingan struktur modal dari perusahaan cukup sulit. Tanpa nilai-nilai yang ekstrim dari *leverage* sulit mendapatkan hubungan yang kuat antara *leverage* dan biaya modal, atau *leverage* dengan perbandingan keuntungan dengan harga saham
- c. Waktu pengeluaran surat berharga dan faktor-faktor di luar perusahaan dan pengharapan perusahaan.

Berdasarkan penjelasan-penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan merupakan nilai atau harga yang harus dibayar oleh investor untuk ikut memegang perusahaan. Apabila nilai perusahaan tinggi maka tingkat kesejahteraan pemegang saham juga akan tinggi.

(Brigham, 2001) menjelaskan jika tujuan utama manajemen adalah meningkatkan kekayaan pemegang saham atau dapat diartikan meningkatkan harga saham biasa perusahaan yakni gambaran lain dari nilai

perusahaan. Nilai perusahaan dapat menunjukkan nilai asset kepunyaan perusahaan seperti surat-surat berharga salah satunya saham. Tinggi rendahnya harga saham dipengaruhi oleh kondisi badan usaha. Kapabilitas perusahaan membayar deviden merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi harga saham. Jadi nilai perusahaan merupakan refleksi dari harga saham dikalikan dengan jumlah saham yang beredar (nilai pasar saham).

Harga pasar perusahaan merepresentasikan penilaian khusus dari semua pelaku pasar atas nilai suatu perusahaan. Harga pasar saham berperan sebagai tolok ukur kinerja bisnis, harga tersebut mengungkapkan seberapa baiknya kinerja manajemen atas nama para pemegang saham. Oleh karena itu manajemen harus berfokus pada penciptaan nilai para pemegang sahamnya.

2.1.6 Corporate Social Responsibility

Corporate social responsibility merupakan mekanisme di mana organisasi dapat secara sadar mengintegrasikan perhatian terhadap sosial, ekonomi, dan lingkungan dalam operasinya dan interaksi dengan *stakeholders* yang melampaui tanggung jawab sosial khususnya pada bidang hukum. Tanggung jawab social perusahaan didasarkan pada *triple bottom line (TBL)*, yaitu *profit* (laba), *planet* (lingkungan yang sehat), dan *people* (kesejahteraan masyarakat) yang secara tidak langsung akan memberikan keuntungan. Perusahaan memiliki peran dalam pelaksanaan kegiatan produksi dan memiliki peran dalam mengembangkan masyarakat.

Konsep pelaporan tanggung jawab social perusahaan yang digagas oleh *Global Reporting Initiative (GRI)* adalah konsep *sustainability report* yang muncul sebagai akibat adanya konsep *sustainability development*. Faktor yang membuat perusahaan banyak yang menggunakan GRI dikarenakan laporan keberlanjutan versi GRI telah mencakup banyak aspek penting yang dapat menggambarkan dan mengukur kinerja perusahaan kepada lingkungan dan social sekitar, baik di dalam ataupun di luar perusahaan. Indikator pengungkapan *corporate social responsibility disclosure index (CSRDI)* pada penelitian ini menggunakan indikator pada *Global Reporting Initiative Standard* tahun 2016. Dalam mengukur kinerja perusahaan terkait *corporate social responsibility* diperlukan acuan data dan informasi berupa *Sustainability Reporting Guidelines (SRG)*. *GRI Standard 2016* ini digunakan karena untuk meningkatkan kualitas dan penerapan *sustainability report* dengan menekankan pada kriteria pengungkapan kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan perusahaan. *GRI Standard 2016* ini memiliki indikator berjumlah 148 yang mencakup identitas perusahaan, ekonomi, sosial hingga lingkungan sekitar perusahaan. (Ramadhani & Hadiprajitno, 2012), panduan *GRI Standard* menyajikan informasi yang relevan, dapat dipercaya, dan terstandarisasi sehingga menghasilkan laporan yang berisikan informasi berkualitas tinggi. Pengukuran *corporate social responsibility* dilakukan dengan pemberian nilai. Kegiatan CSR berusaha menyampaikan perhatian terhadap lingkungan serta sosial ke dalam kegiatan operasional perusahaan. Pengungkapan *corporate social responsibility*

disclosure indeks sinkron menggunakan standar pelaporan internasional atau *sustainability reporting guildlines* dari *Global Reporting Initiatives*. Dengan pendekatan dikotomi dimana setiap indikator diberi nilai 1 jika diungkapkan perusahaan dan nilai 0 untuk indikator yang tidak diungkapkan perusahaan. CSRDI dihitung dengan rumus:

$$CSRDI = \frac{\sum X_{ij}}{NJ}$$

Keterangan:

CSRDI : *Corporate Social Responsibility Disclosure Indeks* perusahaan j

X_{ij} : 1 (jika diungkapkan); 0 (jika tidak diungkapkan)

NJ : Jumlah *item* untuk perusahaan $j = 148$

GRI *Standards* 2016 menyajikan panduan mengenai cara membuat pengungkapan laporan berkelanjutan dalam format laporan keuangan perusahaan, laporan tahunan, laporan terpadu. GRI *Standards* 2016 memiliki tiga modul standar universal diantaranya: GRI 101 *Foundation*, GRI 102 *General Disclosure*, GRI 103 *Management Approach* dan memiliki 33 modul topik spesifik yang terangkum dalam 3 pengkodean modul utama diantaranya: GRI 200 *Ekonomi*, GRI 300 *Lingkungan*, dan GRI 400 *Sosial*. Berikut indikator-indikator dalam *Standards* GRI:

- a. GRI 101: Indikator ini merupakan indikator pengungkapan umum. Indikator ini berfungsi untuk mengungkapkan informasi kontekstual mengenai

organisasi. Hal ini harus diungkapkan antara lain: Prinsip-Prinsip Pelaporan, Menggunakan Standar GRI untuk pelaporan Keberlanjutan, Membuat klaim terkait penggunaan Standar GRI.

- b. GRI 102: Indikator ini merupakan indikator untuk mengungkapkan informasi kontekstual mengenai organisasi. Hal ini harus diungkapkan antara lain: profil organisasi, strategi, etika, dan integritas, tata kelola, keterlibatan pemangku kepentingan, dan praktik pemangku kepentingan *Global Reporting Initiative*.
- c. GRI 103: Indikator ini merupakan indikator pendekatan manajemen. Indikator ini merupakan indikator untuk mengungkapkan informasi mengenai pendekatan manajemen dan batasan topik untuk semua topik material. Hal ini harus diungkapkan antara lain: penjelasan topik material dan batasannya, pendekatan manajemen dan komponennya, evaluasi pendekatan manajemen.
- d. GRI 200: Indikator ini merupakan indikator topik ekonomi. Indikator ini merupakan indikator untuk mengungkapkan informasi mengenai dampak ekonomi dari kegiatan usaha perusahaan. Hal ini harus diungkapkan antara lain: performa ekonomi, keberadaan pasar, dampak ekonomi tidak langsung, praktik pengadaan, anti korupsi, dan perilaku anti persaingan *Global Reporting Initiative*.
- e. GRI 300: Indikator ini merupakan indikator topik lingkungan. Indikator ini merupakan indikator untuk mengungkapkan informasi mengenai dampak lingkungan dan pendekatan manajemen dari kegiatan usaha perusahaan. Hal ini harus diungkapkan antara lain: material, energi, air,

keanekaragaman hayati, emisi, air limbah dan limbah, kepatuhan lingkungan, dan penilaian lingkungan pemasok *Global Reporting Initiative*.

- f. GRI 400: Indikator ini merupakan indikator topik sosial. Indikator ini merupakan indikator untuk mengungkapkan informasi mengenai dampak sosial dari kegiatan usaha perusahaan. Hal ini harus diungkapkan antara lain: kepegawaian, hubungan tenaga kerja/ manajemen, Kesehatan dan keselamatan kerja, pelatihan dan Pendidikan, keanekaragaman dan kesempatan setara, non-diskriminasi, kebebasan berserikat dan perundingan kolektif, pekerja anak, penilaian hak asasi manusia, komunitas lokal, penilaian sosial pemasok, kebijakan public, kesehatan dan keselamatan pelanggan, pemasaran dan pelabelan, privasi pelanggan, kepatuhan sosial ekonomi *Global Reporting Initiative*.

2.1.7 Agresivitas Pajak

(Siregar & Azzahra, 2022) menyatakan bahwa agresivitas pajak dapat didefinisikan sebagai aktivitas perencanaan pajak, yaitu menghindari pembayaran pajak atau membuat rendah beban pajak yang dibayarkan secara signifikan. Beban pajak yang dipikul oleh subjek pajak badan, memerlukan perencanaan yang baik, oleh karena itu strategi perpajakan menjadi mutlak diperlukan untuk mencapai perusahaan yang optimal. Strategi dan perencanaan pajak ditandai dengan transparansi yang lebih rendah. Tindakan pajak agresif adalah suatu tindakan yang ditujukan untuk

menurunkan laba kena pajak melalui perencanaan pajak baik menggunakan cara yang tergolong atau tidak tergolong *tax evasion*.

Cara yang paling mendekati untuk mengukur perusahaan dalam melakukan agresitas pajak yaitu dengan menggunakan proksi *Effective Tax Rates* (ERT). (Rahmat, 2023) menyatakan bahwa ETR merupakan proksi yang paling banyak digunakan pada penelitian terdahulu. Proksi ETR dinilai menjadi indikator adanya agresivitas pajak apabila memiliki ETR yang mendekati nol. Semakin rendah nilai ETR yang dimiliki perusahaan maka semakin tinggi tingkat agresivitas pajak. ETR yang rendah menunjukkan beban pajak penghasilan lebih kecil dari pendapatan sebelum pajak (Rahmat, 2023). Beban pajak penghasilan adalah jumlah agregat pajak kini dan pajak tangguhan yang diperhitungkan dalam penghitungan laba rugi akuntansi pada satu periode berjalan sebagai beban atau penghasilan. Berikut rumus mencari nilai ETR:

$$ETR = \frac{\text{Tax Expense}}{\text{Pretax Income}}$$

Keterangan:

ETR : *Effective Tax Rate*

Tax Expense : Beban Pajak Penghasilan

Pretax Income : Pendapatan sebelum pajak

2.1.8 Variabel Kontrol

Variabel kontrol digunakan untuk mengontrol hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, karena variabel kontrol diduga ikut berpengaruh terhadap variabel bebas. Variabel kontrol adalah variabel untuk melengkapi atau mengontrol hubungan kausalnya supaya lebih baik untuk mendapatkan model empiris yang lebih lengkap dan lebih baik.

Variabel pengungkapan CSR dan agresivitas pajak memiliki kemungkinan untuk secara endogen ditentukan oleh berbagai faktor. Dengan mengakui sifat endogenitas dari variabel pengungkapan CSR dan agresivitas pajak, maka hanya dapat menginterpretasikan hasil penelitian sebagai suatu hubungan parsial. Di bawah ini merupakan berbagai variabel yang secara teori menentukan penerapan pengungkapan CSR dan agresivitas pajak di perusahaan:

2.1.8.1 Umur Perusahaan

Umur perusahaan merupakan waktu yang dimiliki oleh perusahaan dimulai sejak berdiri hingga waktu yang tidak terbatas (Bestivano, 2018). Umur perusahaan menunjukkan seberapa lama perusahaan mampu bertahan. Semakin lama umur perusahaan, maka semakin banyak informasi yang telah diperoleh masyarakat tentang perusahaan tersebut. Perusahaan yang telah lama berdiri telah memiliki reputasi dan memiliki kemampuan untuk meminimalkan biaya dan meningkatkan kualitas dalam produksi dari pengalamannya, sehingga perusahaan akan lebih mampu menghasilkan laba (ALMALITA, 2018).

Umur perusahaan memiliki hubungan positif dengan nilai perusahaan. Semakin lama perusahaan berdiri, maka investor akan berinvestasi kepada perusahaan karena diyakini perusahaan dapat *survive* dan bersaing serta mampu memanfaatkan peluang bisnis yang ada hingga sekarang. Dengan banyak investor yang percaya dan menanamkan modal kepada perusahaan, akan membuat nilai perusahaan meningkat. Berikut rumus mencari umur perusahaan:

$$Age = (Observasi - Berdiri)$$

Keterangan:

Age : Umur perusahaan

Observasi : Tahun perusahaan diteliti

Berdiri : Tahun perusahaan berdiri

2.1.8.2 Ukuran Dewan Komisaris

Dewan komisaris merupakan salah satu sistem manajemen yang memungkinkan untuk mengoptimalkan peran komisaris dalam penerapan tata kelola perusahaan yang baik. *Good Corporate Governance* adalah seluruh dewan komisaris dari seluruh perusahaan, baik komisaris internal ataupun eksternal atau komisaris independen (Khoirunnisa & Aminah, 2022).

Ukuran dewan komisaris mempunyai hubungan positif terhadap nilai perusahaan. Peningkatan jumlah anggota dewan komisaris

mempengaruhi peningkatan efektivitas pengawasan serta meningkatkan keberhasilan nilai perusahaan. Dengan demikian semakin banyak anggota dewan semakin tinggi nilai perusahaan. Rumus ukuran dewan komisaris sebagai berikut.

$$UDK = \Sigma DK$$

Keterangan

ΣDK : Jumlah seluruh anggota dewan komisaris

2.1.8.3 Dewan Komisaris Independen

Keberadaan komisaris independen diatur dalam ketentuan Peraturan Pencatatan Efek Bursa Efek Jakarta (BEJ) nomor I-A tentang Ketentuan Umum Pencatatan Efek Bersifat Ekuitas di Bursa yang berlaku sejak tanggal 1 Juli 2000. Perusahaan yang tercatat di BEI wajib memiliki komisaris independen dengan ketentuan jumlah komisaris independen sekurang-kurangnya 30% dari jumlah seluruh anggota komisaris. *Outsider directors* membantu merencanakan strategi jangka panjang perusahaan dan secara berkala melakukan review atas implementasi strategi tersebut. Dengan demikian hal ini akan memberikan *benefit* yang tinggi bagi perusahaan (Dewi et al., 2014).

Dewan komisaris independen memiliki hubungan positif terhadap nilai perusahaan. Hadirnya dewan komisaris yang independen (tidak memiliki kerabat atau koneksi pada internal perusahaan) diharapkan

mampu meningkatkan efektifitas pengawasan dan meningkatkan kualitas laporan perusahaan. Dengan demikian dapat meningkatkan nilai perusahaan. Rumus dewan komisaris sebagai berikut.

$$INDP = \frac{\Sigma DKI}{\Sigma DK}$$

Keterangan

INDP : Proporsi dewan komisaris independen

DKI : Jumlah dewan komisaris independen

DK : Jumlah seluruh dewan komisaris

2.2 Penelitian sebelumnya

Penelitian yang dilakukan oleh Aryani dan Fauzi (2023) yang berjudul Agresivitas Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Leverage* Pada Perusahaan Pertambangan menggunakan variabel agresivitas pajak, nilai perusahaan dan *leverage*. Sampel dipilih menggunakan *purposive sample* yang bertujuan untuk memilah sampel dengan kriteria tertentu. Dari total 77 perusahaan, didapatkan sampel 10 perusahaan yang digunakan dalam penelitian selama periode 2017-2021. Teknik analisis yang digunakan adalah *Partial Least Square* yang diolah menggunakan *smartPLS 4.0*. Persamaan pada penelitian yaitu terdapat variabel agresivitas pajak dan nilai perusahaan, namun perbedaannya tidak terdapat variabel CSR, teknik analisis yang digunakan serta sampel perusahaan yang digunakan pada perusahaan sektor pertambangan. Hasil penelitian ini adalah agresivitas pajak berpengaruh

positif terhadap *leverage* dan *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian (Rahmat, 2023) menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif korelasional pada penelitiannya. Data yang digunakan adalah data sekunder objek penelitian dari perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2017-2021. Pengukuran agresivitas pajak pada penelitian ini menggunakan *effective tax rate* (ETR) karena dapat menggambarkan kondisi pajak efektif yang lebih mendekati biaya pajak perusahaan yang sebenarnya atau secara tunai dibayarkan oleh perusahaan. Persamaan penelitian adalah menggunakan variabel agresivitas pajak dan variabel nilai perusahaan. Perbedaan tidak terdapat variabel CSR. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan melalui *leverage* terbukti bernilai signifikan dan menunjukkan hubungan terbalik, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi agresivitas pajak, semakin tinggi *leverage*, dan semakin rendah nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan Primawati & Andajani (2023) berjudul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan menggunakan variabel dependen nilai perusahaan yang diproksikan dengan Tobin's Q, variabel independen CSR yang menggunakan proksi GRI G-4. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Teknik sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* yang diperoleh sampel sebanyak 26 perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek

Indonesia (BEI) dengan tahun pengamatan 2016-2019. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Persamaan dengan penelitian ini adalah mencari pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Perbedaannya peneliti menggunakan sampel sektor energi, tidak terdapat variabel independen agresivitas pajak, dasar perhitungan CSR menggunakan GRI G-4 serta pengujian CSR tidak dipisah berdasarkan nilai tiap aspek. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja ekonomi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, kinerja lingkungan berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan, dan kinerja social berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Saragih dan Said (2023) berjudul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. Populasi yang digunakan adalah pada sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2021. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, menghasilkan 10 perusahaan dan 40 total data. Metode yang digunakan adalah analisis regresi data panel dan analisis regresi moderasi. Pengolahan data dilakukan dengan software *Eviews 12*. Persamaan dalam penelitian ini yaitu menggunakan variabel CSR sebagai variabel independen dan variabel nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Perbedaan tidak terdapat variabel agresivitas pajak, perhitungan nilai perusahaan menggunakan *Tobin's Q* dan pada peneliti tidak menggunakan variabel moderasi. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwasanya secara simultan, tanggung jawab social

perusahaan dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, ketika dianalisis secara parsial, tanggung jawab social perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Di sisi lain, ukuran perusahaan secara parsial mempengaruhi nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan Apriani & Khairani (2023) berjudul Pengaruh Pengungkapan CSR dan GCG terhadap nilai perusahaan dimana variabel CSR menggunakan perhitungan GRI G-4 dan GCG diproksikan oleh kepemilikan manajerial sedangkan nilai perusahaan diproksikan dengan PBV pada perusahaan manufaktur sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2021. Pengumpulan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* sehingga mendapat 44 sampel perusahaan. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Persamaan penelitian adalah menggunakan CSR sebagai variabel independen dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Perbedaan terletak pada tidak terdapat variabel agresivitas pajak sebagai variabel independen, dasar perhitungan CSR masih menggunakan GRI G-4 serta periode yang diteliti berbeda. Teknik analisis data mempergunakan uji regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dan GCG diproksikan oleh kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Anastasya dkk (2023) berjudul Dampak Tingkat Persistensi Laba, Agresivitas Pajak, Dan Profitabilitas Terhadap Kinerja Keuangan Dimensi Dengan Nilai Perusahaan. Populasi

penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan periode tahun 2017-2021. Sampel yang dipilih berdasarkan metode *purposive sampling*. Total sampel penelitian ini sebanyak 75 perusahaan. Persamaan penelitian yang dilakukan adalah terdapat variabel agresivitas pajak dan nilai perusahaan, namun perbedaannya tidak terdapat variabel CSR, perhitungan nilai perusahaan menggunakan *Tobin's Q* serta sampel perusahaan yang digunakan pada sektor pertambangan. Penelitian ini menggunakan analisis uji regresi linier berganda dengan uji asumsi klasik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persistensi laba tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, agresivitas pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, kinerja keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil lainnya yaitu nilai perusahaan dapat memediasi dampak persistensi laba, agresivitas pajak namun tidak dapat memediasi profitabilitas terhadap kinerja keuangan.

2.3 Hipotesis

2.3.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Agresivitas pajak terhadap Nilai Perusahaan

Penerapan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban serta kepedulian perusahaan terhadap lingkungan disekitar perusahaan, karena besar kecilnya penerapan *corporate social responsibility* mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan. Hal tadi sejalan dengan teori bahwa

perusahaan bukan entitas yang beroperasi buat kepentingan sendiri, melainkan wajib menyampaikan manfaat bagi stakeholdernya. Hal ini tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Oktariko & Amanah, 2018) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. (Nahda & Harjito, n.d.) juga menyatakan *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Agresivitas pajak artinya tindakan yang ditujukan untuk meminimalkan beban pajak menggunakan cara menurunkan laba kena pajak melalui perencanaan pajak secara sah maupun illegal (Prastiwi & Walidah, 2020). Praktik agresivitas pajak bisa berhubungan positif dan negatif terhadap nilai perusahaan. Agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan saat agresivitas pajak dianggap menjadi perencanaan pajak serta efisiensi pajak. Sedangkan agresivitas pajak berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan saat agresivitas pajak dipandang menjadi ketidakpatuhan dan berupaya menaikkan risiko pajak perusahaan. Perusahaan yang menerapkan CSR yang tinggi cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi. Ini karena kegiatan CSR yang bertujuan untuk memberikan dampak positif pada masyarakat dan lingkungan dapat meningkatkan citra perusahaan di mata konsumen dan investor. Sedangkan perusahaan yang melakukan agresivitas pajak dengan cara mengurangi pembayaran pajak secara legal cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi. Hal ini

dikarenakan agresivitas pajak dapat mempengaruhi laba perusahaan yang pada gilirannya dapat meningkatkan nilai perusahaan.

¹⁰
H1: *Corporate Social Responsibility* dan Agresivitas Pajak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

2.3.2 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Menurut (Lestari & Zulaikha, 2021) *Corporate Social Responsibility* adalah operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, tetapi juga untuk pembangunan ekonomi secara holistik, melembaga dan berkelanjutan. Sebuah perusahaan besar akan menimbulkan berbagai potensi risiko merusak lingkungan. Keberadaan CSR perusahaan diharapkan dapat membantu mengurangi bahkan membuat risiko tersebut menjadi nol. Teori legitimasi menjelaskan bahwa tanggung jawab social yang dilakukan perusahaan untuk menganalisis perilaku organisasi. Legitimasi harus membuat kontrak sosial sebagai pengguna sumber daya perusahaan dengan masyarakat disekitar. Pengungkapan tanggung jawaba sosial dapat memberikan nilai positif berupa kepercayaan social kepada perusahaan. Perusahaan memiliki hubungan erat dengan masyarakat sekitar, sehingga perusahaan harus memperhatikan nilai dan norma social yang berlaku di masyarakat. Hal ini penting guna menjaga sebuah perusahaan (Bahri & Cahyani, 2017), perusahaan beroperasi tidak mengikuti norma dan tidak sesuai harapan masyarakat akan meraskan akibatnya contohnya penurunan legitimasi masyarakat akan mengakibatkan penurunan laba (profit) secara

keseluruhan akan mengancam kelangsungan perusahaan (Primawati & Andajani, 2023). CSR merujuk pada tanggung jawab sosial dan lingkungan yang diemban oleh perusahaan. Ini mencakup berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan dampak positif pada masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Dengan melakukan kegiatan sosial dan lingkungan yang bertanggung jawab, perusahaan dapat membangun reputasi yang baik di mata masyarakat dan konsumen. Ini bisa meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen, serta mendapatkan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan. Namun, perlu diingat bahwa dampak CSR terhadap nilai perusahaan tidak selalu terjadi secara langsung dan instan. Ada faktor-faktor lain yang juga mempengaruhi nilai perusahaan, seperti kualitas produk, keuangan perusahaan, dan strategi bisnis yang dijalankan. Selain itu, ada juga pendapat yang berbeda mengenai efektivitas CSR dalam meningkatkan nilai perusahaan. Beberapa penelitian menunjukkan hubungan positif antara CSR dan nilai perusahaan, namun ada juga penelitian yang menunjukkan hasil yang beragam. Meskipun argumen-argumen di atas mendukung hipotesis pengaruh positif CSR terhadap nilai perusahaan, penting untuk dicatat bahwa dampak CSR pada nilai perusahaan dapat bervariasi tergantung pada berbagai faktor, termasuk industri, ukuran perusahaan, dan konteks lingkungan di mana perusahaan beroperasi. Selain itu, pengukuran nilai perusahaan itu sendiri juga kompleks dan dapat diinterpretasikan secara

berbeda dalam konteks yang berbeda. Berdasarkan uraian di atas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

¹⁹
H2: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

¹ 2.3.3 Pengaruh Agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan

Agresivitas pajak merupakan tindakan yang ditujukan untuk meminimalkan beban pajak dengan cara menurunkan laba kena pajak melalui perencanaan pajak secara legal maupun illegal (Frank, M., Lynch L., & Rego, 2009). Oleh karena itu, meminimalisir pajak terutang merupakan fokus pihak manajemen agar dapat mengoptimalkan laba perusahaan melalui tindak agresivitas pajak dengan penghematan pajak yang dapat meningkatkan risiko deteksi dan biaya, karena biaya pengawasan dan perencanaan pajak dalam agresivitas pajak dapat menyebabkan kehilangan reputasi serta berpotensi terkena hukum (Wang, 2012). Akibatnya dapat menurunkan nama baik perusahaan dan berdampak terhadap nilai perusahaan. Agresivitas pajak yang dilakukan oleh manajemen dipandang sebagai risiko tinggi bagi perusahaan. Investor tidak memandang agresivitas pajak sebagai peluang peningkatan laba melalui penghematan pajak. Terdapat tiga aspek yang dipertimbangkan oleh investor dalam mengambil keputusan yaitu apa dan seberapa besar manfaat yang dapat diperoleh, berapa besar biaya yang akan timbul, dan berapa besar risiko yang akan ditanggung. Reputasi perusahaan yang buruk yang diakibatkan oleh tindakan agresivitas pajak akan berpengaruh pada keputusan investor

untuk membeli saham perusahaan dan akan terjadi penurunan permintaan saham perusahaan dimasa depan (Prastiwi & Walidah, 2020). Agresivitas pajak yang menyebabkan penerimaan pajak berkurang menyebabkan kerugian public yang signifikan. Perusahaan yang melakukan agresivitas pajak tidak bertanggung jawab terhadap social sehingga akan menghasilkan citra yang buruk bagi para pemangku kepentingan (Kristiadi et al., 2020). Pengaruh negative dari agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan disebabkan perusahaan yang melakukan tindakan pajak agresif mengurangi transparansi perusahaan yang meningkatkan kemungkinan pengambilan kekayaan oleh manajer, agresivitas pajak dianggap sebagai upaya manajemen memanipulasi informasi keuntungan untuk meminimalkan jumlah pajak terutang yang berpotensi menimbulkan biaya tambahan akibat adanya pemeriksaan pajak dikemudian hari seperti sanksi dan denda (Prastiwi & Walidah, 2020). Investor yang berinvestasi di pasar saham untuk jangka panjang akan menilai kesehatan keuangan perusahaan dari berbagai aspek termasuk kepatuhan perpajakan perusahaan yang bermasalah dengan fiskus akan melewati proses panjang dalam menyelesaikan sengketa perpajakan sehingga hal tersebut akan menimbulkan biaya-biaya lain di luar operasi perusahaan yang akan menambah beban dan menggerus laba perusahaan sehingga nilai perusahaan dapat menurun. Dengan demikian ditarik hipotesis sebagai berikut:

80

H3: Agresivitas pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

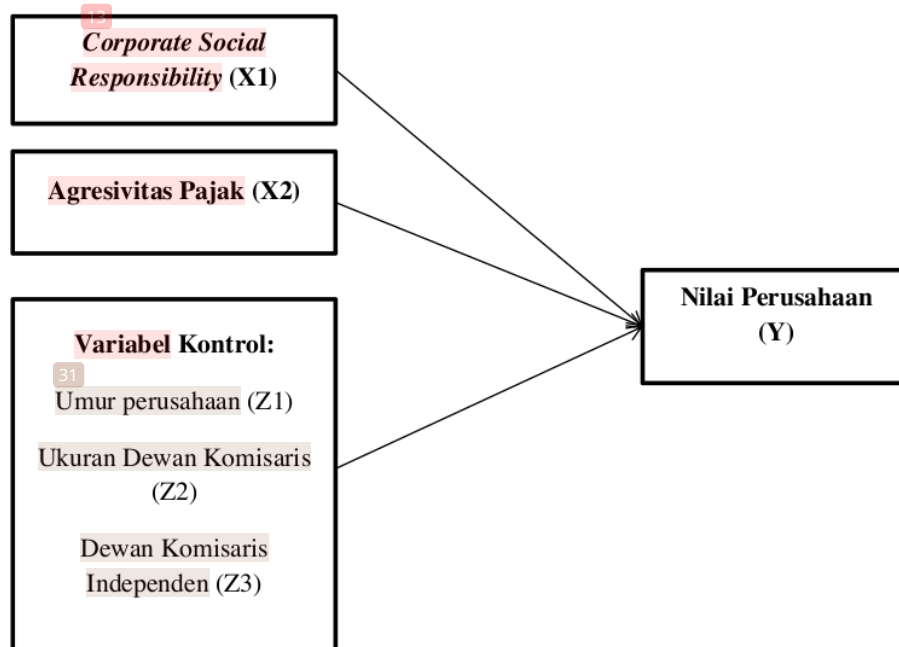
2.4 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah suatu gambaran tentang variabel-variabel yang akan digunakan untuk melakukan analisis data sehingga dapat diperoleh suatu kesimpulan. Data yang diambil didapatkan dari situs *website* Bursa Efek Indonesia (BEI) dan *website* perusahaan terkait. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dengan variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility* dan Agresivitas Pajak sedangkan variabel dependen adalah Nilai Perusahaan serta variabel kontrol yaitu umur perusahaan, ukuran dewan komisaris dan dewan komisaris independen.

10

GAMBAR 2.1

KERANGKA BERPIKIR



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data numerical (angka) yang diolah menggunakan metode statistika. Pada dasarnya, pendekatan kuantitatif dilakukan pada penelitian inferensial (dalam rangka pengujian hipotesis) dan menyadarkan kesimpulan hasilnya pada suatu probabilitas kesalahan penolakan hipotesis nihil. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antar variabel yang diteliti.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2022. Perusahaan sektor energi dipilih karena perusahaan sektor ini bergerak dengan memiliki modal yang tidak sedikit serta hasil produk yang dihasilkan dapat mempengaruhi lingkungan sekitar.

3.2.2 Sampel

Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu pemilihan sample secara tidak acak yang informasinya diperoleh menggunakan pertimbangan tertentu. Data yang dikumpulkan berdasarkan pada *Annual Report*

dan *Sustainability Report* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2022 pada sektor energi yaitu sebanyak 60 perusahaan. Tolak ukur sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2020.
2. Perusahaan energi tersebut memiliki laporan tahunan data laporan keberlanjutan pada periode 2018-2022 yang lengkap.

3.3 Identifikasi Variabel

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

3.3.1 Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel independen dalam penelitian ini menggunakan:

1. *Corporate Social Responsibility*

Oktariko dan Amanah (2018) berpendapat bahwa CSR merupakan sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan. Kegiatan CSR berusaha memberikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam kegiatan operasional perusahaan. Penelitian menggunakan *Global Reporting Initiative (GRI)* dikarenakan panduan pelaporan yang paling menonjol dan paling banyak digunakan.

2. Agresivitas pajak

Agresivitas pajak adalah salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk meminimalkan beban pajak yang akan dibayarkan, baik dengan cara yang legal maupun illegal.

3.3.2 Variabel Dependen

Variabel dependen yang menjadi variabel utama yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan adalah kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini.

3.3.3 Variabel Kontrol

Variabel kontrol adalah variabel untuk melengkapi atau mengontrol hubungan kausalnya supaya lebih baik untuk mendapatkan model empiris yang lebih lengkap dan lebih baik. Didalam penelitian ini, variabel kontrol yang digunakan adalah umur perusahaan (*AGE*), ukuran dewan komisaris (*DK*) dan dewan komisaris independen (*INDP*).

3.4 Definisi Operasional Variabel

Pada bagian ini akan diuraikan definisi dari masing-masing variabel yang digunakan sebagai bahan pengujian berikut dengan definisi operasional dan cara pengukurannya.

1. Variabel Independen (X)

Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel independen adalah *corporate social responsibility* dan agresivitas pajak.

a. Indeks Pengungkapan CSR

Peneliti menggunakan *Global Reporting Initiative Standards 2016* (GRI Standard 2016) dikarenakan menyajikan informasi yang relevan, dapat dipercaya, dan terstandarisasi sehingga menghasilkan laporan yang berisikan informasi berkualitas tinggi. Di dalam GRI Standard 2016 berisi beberapa indikator yang berjumlah 148 item dengan dibagi 6 kategori utama, yaitu:

- 1) GRI 101: Pengungkapan umum
- 2) GRI 102: Pengungkapan organisasi perusahaan
- 3) GRI 103: Pendekatan manajemen
- 4) GRI 200: Ekonomi
- 5) GRI 300: Lingkungan
- 6) GRI 400: Sosial

Indikator ini nantinya dihitung menggunakan variable dummy, yaitu dengan memberikan skor 1 jika perusahaan mengungkapkan *content analyse* dan 0 jika tidak mengungkapkan *content analyse*. Total maksimum skor koding yang akan didapatkan berasal dari skoring ini adalah 148 serta nilai minimumnya adalah 0. Rumus yang dipergunakan dalam menghitung skor indeks, yaitu:

$$Index = \frac{n}{k}$$

Dimana:

n: jumlah indeks yang diungkapkan oleh perusahaan

k: jumlah maksimum indeks yang seharusnya diungkapkan oleh perusahaan

b. Agresivitas pajak

Agresivitas pajak merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk meminimalkan beban pajak yang akan dibayarkan, baik dengan cara yang legal maupun illegal. Penelitian ini memakai proteksi (*Cash Effective Tax Rate*) sesuai dengan menggunakan proksi yang dipakai pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Carolina (2015) buat mengetahui seberapa besar agresivitas pajak yang dilakukan oleh suatu perusahaan. CETR mendeskripsikan prosentase total beban pajak penghasilan yang dibayar perusahaan dari seluruh total pendapatan sebelum pajak. Adanya agresivitas pajak bisa dilihat dari nilai CETR yang rendah, dimana CETR yang nilainya rendah menunjukkan beban penghasilan yang lebih kecil dari pendapatan sebelum pajak. Maka, buat mengukur agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan bisa memakai rumus CETR sebagai berikut:

$$CETR = \frac{\text{Beban PPh yang Dibayar}}{\text{Pendapatan Sebelum Pajak}}$$

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen yang menjadi variabel utama yang akan dipergunakan pada penelitian ini adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan menjadi gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan sehabis melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Meningkatnya nilai perusahaan merupakan sebuah prestasi, yang sesuai dengan keinginan para pemilik ataupun *shareholders*, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik atau *shareholders* juga akan meningkat.

Nilai perusahaan diukur menggunakan ¹ *Price to Book Value* (PBV) yang merupakan perbandingan antara nilai buku saham pada perusahaan dengan nilai saham yang dihargai dipasarkan. PBV dihitung dengan rumus:

$$\text{Price Book Value (PBV)} = \frac{\text{Harga Perlembar Saham}}{\text{Nilai Buku Perlembar Saham}}$$

⁹ 3. Variabel Kontrol (Z)

Variabel kontrol yang akan digunakan didalam penelitian ini adalah umur perusahaan, ukuran dewan komisaris dan dewan komisaris independen.

a. Umur Perusahaan

Umur perusahaan merupakan waktu yang dimiliki oleh perusahaan dimulai sejak berdiri hingga waktu yang tidak terbatas. Umur perusahaan menunjukkan seberapa lama perusahaan mampu bertahan. Rumus umur perusahaan sebagai berikut.

$$Age = (Observasi - Berdiri)$$

b. Ukuran Dewan Komisaris

Dewan komisaris merupakan salah satu sistem manajemen yang memungkinkan untuk mengoptimalkan peran komisaris dalam penerapan tata kelola perusahaan yang baik. *Good Corporate Governance* adalah seluruh dewan komisaris dari seluruh perusahaan, baik komisaris internal ataupun eksternal atau komisaris independen. Rumus ukuran dewan komisaris sebagai berikut.

$$UDK = \Sigma DK$$

Dimana

ΣDK : Jumlah total dewan komisaris

c. Dewan Komisaris Independen

Perusahaan yang tercatat di BEI wajib memiliki komisaris independen dengan ketentuan jumlah komisaris independen sekurang-kurangnya 30% dari jumlah seluruh anggota komisaris. *Outsider directors* membantu merencanakan strategi jangka panjang perusahaan dan secara berkala melakukan review atas implementasi strategi tersebut. Rumus dewan komisaris independen sebagai berikut.

$$INDP = \frac{\Sigma DKI}{\Sigma DK}$$

Dimana

$\Sigma DK I$: Jumlah dewan komisaris independen

ΣDK : Jumlah total dewan komisaris

3.5 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dokumentasi. Dalam penelitian ini data dokumentasinya berupa *annual report* dan *sustainability report* tahunan perusahaan energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2018-2022.

Sumber data penelitian ini menggunakan data yang bersumber dari *annual report*, laporan keuangan dan *sustainability report* tahunan perusahaan. Laporan keuangan tahunan perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan energi yang diterbitkan di Bursa Efek Indonesia serta web www.idx.co.id. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa data yang digunakan oleh penulis merupakan data yang tergolong dalam kategori data sekunder. Data sekunder merupakan data yang didapatkan melalui perantara seperti pengumpulan data.

3.6 Prosedur Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahap yaitu objek perusahaan dalam penelitian ini akan digunakan sebagai bahan riset. Objek perusahaan pada penelitian ini adalah perusahaan energi yang telah *go public* tersebut akan dilakukan *purposive sampling* sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan yang selanjutnya akan dilakukan

eliminasi untuk mendapatkan *final* sampel atau sampel yang sesuai dengan kriteria.

3.7 Teknik Analisis

3.7.1 Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian maksimum, minimum, nilai rata-rata. Uji statistik deskriptif juga akan menyajikan ukuran-ukuran numeric yang penting bagi data sampel penelitian serta menjelaskan variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini yaitu agresivitas pajak, *corporate social responsibility*, nilai perusahaan, umur perusahaan, ukuran dewan komisaris dan dewan komisaris independen. Selain itu, data penelitian yang telah dikumpulkan akan diidentifikasi terlebih dahulu apakah terdapat data *outlier* atau tidak. *Outlier* adalah kasus atau data yang memiliki karakteristik unik yang terlihat sangat berbeda jauh dari observasi lainnya dan muncul dalam bentuk ekstrim baik untuk sebuah variabel tunggal atau variabel kombinasi.

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik bertujuan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias, dan konsisten. Syarat-syarat yang harus dipenuhi untuk mendapat model regresi yang layak adalah tidak bias, mampu memberikan estimasi yang handal serta data harus terdistribusi secara normal, tidak mengandung *multikolonieritas*, *heteroskedastisitas* dan tidak terdapat

autokorelasi. Maka sebelum melakukan pengujian regresi linier berganda terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri sebagai berikut.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengukur apakah di dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen keduanya mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas menggunakan Uji Statistik *Kolmogorov-Smirnov*. Uji statistik *Kolmogorov Smirnov* merupakan uji statistik non parametrik yang dapat pula digunakan untuk menguji apakah data terdistribusi secara normal atau tidak. Selain uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* dapat juga menggunakan uji Norma *Probability Plot (P-P Plot)*. Suatu variabel dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar di sekitar garis diagonal, dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal.

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya hubungan korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi dapat dilihat dari besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance*. Regresi bebas dari multikolonieritas jika nilai VIF <10 dan nilai *tolerance* >0,10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi

ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dengan ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot*. Jika ada pola tertentu maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Tetapi jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis dengan grafik plots memiliki kelemahan yang cukup signifikan oleh karena jumlah pengamatan mempengaruhi hasil plotting. Semakin dikit jumlah pengamatan semakin sulit menginterpretasikan hasil grafik plot. Oleh karena itu diperlukan uji statistik lain yang dapat lebih menjamin keakuratan hasil. Salah satu uji statistik yang dapat dilakukan untuk melihat ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam model regresi adalah dengan melakukan Uji Park, Uji Glesjer, dan uji koefisien korelasi spearman.

d. Uji Autokorelasi

Model regresi dikatakan baik apabila tidak terdapat autokorelasi didalamnya. Ada atau tidaknya korelasi dalam model regresi dapat diketahui melalui uji Durbin Watson (DW). Terdapat beberapa faktor yang menjadi dasar dalam pengambilan keputusan Durbin Watson (DW) sebagai berikut: (1) Jika nilai Durbin Watson – menunjukkan autokorelasi negatif, (2) Jika nilai Durbin Watson 2 menunjukkan autokorelasi positif, (3) Jika nilai Durbin Watson -2 sampai 2 menunjukkan tidak adanya autokorelasi.

3.7.3 Analisis Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Z_1 + \beta_4 Z_2 + \beta_5 Z_3 + \varepsilon_{it}$$

Keterangan:

Y_{it} : Nilai Perusahaan (*Price Book Value*)

α : Konstanta

β_1 - β_5 : Koefisien Regresi

X_1 : *Corporate Social Responsibility (CSR)*

X_2 : *Effective Tax Rates (ETR)*

Z_1 : Umur Perusahaan (*AGE*)

Z_2 : Ukuran Dewan Komisaris (*DK*)

Z_3 : Dewan Komisaris Independen (*INDP*)

ε_{it} : Standar Error

3.7.4 Uji Koefisien Determinan (R^2)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur dan mendeteksi sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen. Apabila nilai R^2 menunjukkan angka mendekati 0 dan 1 dapat dikatakan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen terbatas. Apabila nilai *Adj. R²*

menunjukkan angka 1 maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

3.7.5 Uji Statistik F

Uji statistik F dapat dijadikan kelayakan atau ketidaklayakan model regresi dalam penelitian ini pada tahap berikutnya. Untuk menguji kelayakan uji statistik F dapat menggunakan uji statistik dengan tingkat signifikan tertentu yaitu $\alpha = 5\%$ dengan indikator sebagai berikut: (1) Jika tingkat signifikan $> 0,05$ maka dianggap berpengaruh dan model regresi layak digunakan untuk tahap berikutnya. (2) Jika tingkat signifikan $< 0,05$ maka dianggap tidak berpengaruh dan model regresi tidak layak digunakan untuk tahap berikutnya.

3.7.6 Uji Hipotesis (Uji Statistik t)

Uji statistik t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji statistik t diolah dengan significance level sebesar 0,05 (5%). Hipotesis signifikan (berpengaruh), jika nilai signifikansi uji $t < 0,05$, apabila nilai signifikansi uji $t > 0,05$ (5%) maka hipotesis tidak berpengaruh

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

62

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan adalah perusahaan energi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018 sampai 2022. Pemilihan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel dengan kriteria-kriteria tertentu dan menghasilkan sebanyak 60 observasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berasal dari *Annual Report* dan *Sustainability Report* dari tahun 2018 sampai dengan 2022. *Annual Report* dan *Sustainability Report* diperoleh dengan cara mengunduh langsung melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) pada www.idx.co.id. Pengelolaan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 23 yang memudahkan peneliti dalam mengelolah data tersebut.

Populasi dalam penelitian ini menggunakan seluruh perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sebanyak 83 perusahaan.

TABEL 4.1
KRITERIA PENENTUAN SAMPEL

No	Indikator	Perusahaan
1.	Perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.	83
2.	Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan tahunan pada periode 2018-2022.	(53)
4.	Perusahaan yang tidak mencantumkan CSR pada laporan tahunan.	(1)
5.	Perusahaan yang memiliki laba sebelum pajak bernilai negatif.	(16)
6.	Perusahaan yang memiliki <i>Cash Effective Tax Rate</i> > 1.	(1)
	Perusahaan yang dijadikan sampel penelitian	12
	Jumlah data observasi dalam 5 tahun	60

4.2 Deskripsi Hasil Penelitian

Deskripsi hasil penelitian bertujuan untuk menguraikan variabel-variabel yang digunakan didalam penelitian. Variabel dependen penelitian ini adalah Nilai Perusahaan yang diperoleh dari *Price to Book Value (PBV)*, variabel independen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan Agresivitas Pajak (*PBV*) dan variabel kontrol dalam penelitian ini adalah umur perusahaan (*AGE*), ukuran dewan komisari (*UDK*) dan dewan komisaris independen (*INDP*). Deskripsi statistik telah disajikan pada tabel 4.1. *Mean* merupakan nilai rata-rata pada setiap variabel, *maximum* merupakan nilai maksimal pada setiap variabel, *minimum* merupakan nilai minimal pada setiap variabel, dan *Std. Dev.* merupakan nilai standar deviasi dari setiap variabel pada perusahaan manufaktur sektor energi pada tahun 2018 sampai 2022.

TABEL 4.2

DESKRIPSI HASIL PENELITIAN

	<i>N</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
<i>PBV</i>	60	1.123	147.838	18.404	22.221
<i>CSR</i>	60	.128	.831	.401	.183
<i>PBV</i>	60	.086	3.551	.289	.435
<i>AGE</i>	60	3	103	33.50	25.240
<i>UDK</i>	60	2	9	4.00	1.737
<i>INDP</i>	60	.250	.750	.418	.110
<i>Valid N (Listwise)</i>	60				

Sumber: Hasil olah data SPSS 23

Berdasarkan tabel 4.1, diketahui bahwa jumlah observasi pada penelitian ini sebanyak 60 data observasi. Didalam tabel tersebut, menunjukkan bahwa *Price to Book Value (PBV)* memiliki nilai rata-rata 18,404. Nilai maksimum sebesar 147,838 yang menunjukkan angka *price to book value* tertinggi dari suatu perusahaan. Nilai minimum sebesar 1,123 yang menunjukkan angka *price to book value* terendah dari suatu perusahaan. Standar deviasi dari *price to book value* perusahaan sebesar 22,221. Nilai rata-rata lebih kecil dari nilai standar deviasi yaitu $18,404 < 22,221$ yang berarti sebaran nilai *price to book value* bersifat heterogen.

Variabel *Corporate social responsibility (CSR)* merupakan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan oleh perusahaan.

Corporate social responsibility (CSR) dalam penelitian ini memiliki rata-rata sebesar 0,401 nilai maksimum sebesar 0,831 yang menunjukkan nilai tertinggi *corporate social responsibility*, nilai minimum sebesar 0,128 yang menunjukkan penilaian terendah dan nilai standar deviasi sebesar 0,183. Nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi yaitu $0,401 > 0,183$ yang berarti sebaran nilai *Corporate social responsibility* bersifat homogen.

Variabel Agresivitas Pajak (*CETR*) menggambarkan seberapa agresif pajak yang dilakukan oleh perusahaan. *CETR* dalam penelitian ini memiliki rata-rata sebesar 0,289, nilai maksimum sebesar 3,551 yang menunjukkan nilai tertinggi dari agresivitas pajak, nilai minimum sebesar 0,086 yang menunjukkan nilai terendah dan nilai standar deviasi sebesar 0,435. Nilai rata-rata lebih kecil dari nilai standar deviasi yaitu $0,289 < 0,435$ yang berarti sebaran nilai agresivitas pajak bersifat heterogen.

Variabel kontrol umur perusahaan (*AGE*) menggambarkan seberapa perusahaan berdiri hingga sekarang. *AGE* dalam penelitian ini memiliki rata-rata sebesar 33,5, nilai maksimum sebesar 103 yang menunjukkan umur paling tua dari perusahaan, nilai minimum sebesar 3 yang menunjukkan umur paling muda dan nilai standar deviasi sebesar 25,240. Nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi yaitu $33,5 > 25,240$ yang berarti sebaran nilai umur perusahaan bersifat homogen.

Variabel ukuran dewan komisaris (*UDK*) menggambarkan seberapa banyak anggota dewan komisaris yang dimiliki oleh perusahaan. *UDK*

dalam penelitian ini memiliki rata-rata sebesar 4, nilai maksimum sebesar 9 yang menunjukkan anggota terbanyak, nilai minimum sebesar 2 yang menunjukkan anggota paling sedikit dan nilai standar deviasi sebesar 1,737. Nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi yaitu $4 > 1,737$ yang berarti sebaran nilai ukuran dewan komisaris bersifat homogen.

Variabel dewan komisaris independen (*INDP*) menggambarkan proporsi anggota dewan komisaris independen dibandingkan dengan anggota dewan komisaris. *INDP* dalam penelitian ini memiliki rata-rata sebesar 0,418, nilai maksimum sebesar 0,750 yang menunjukkan proporsi terbanyak dari dewan komisaris independen, nilai minimum sebesar 0,250 yang menunjukkan nilai terendah dan nilai standar deviasi sebesar 0,110. Nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi yaitu $0,418 > 0,110$ yang berarti sebaran nilai dewan komisaris independen bersifat homogen.

4.3 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan uji pengaruh dalam model analisis regresi berganda, dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu. Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah data yang digunakan sudah layak atau belum. Uji asumsi klasik terdiri dari empat pengujian, yaitu uji normalitas, multikolinearitas, autokorelasi dan heteroskedastisitas

4.3.1 Uji Normalitas

TABEL 4.3
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		60
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	0,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	20,02275587
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	0,166
	<i>Positive</i>	0,166
	<i>Negative</i>	-0,147
<i>Test Statistic</i>		0,166
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		0,000 ^c

Sumber : Hasil olah data SPSS 2023

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah data terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik memiliki data yang terdistribusi normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilihat dari hasil uji Kolmogorov-Smirnov. Data dikatakan terdistribusi normal apabila nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* bernilai lebih dari 0,05. Sebaliknya, data dikatakan tidak terdistribusi normal apabila nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* bernilai kurang dari 0,05. Pada model penelitian, nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* bernilai kurang dari 0,05. Oleh karena itu, data observasi yang digunakan tidak terdistribusi normal sehingga tidak memenuhi uji normalitas.

4.4 Transformasi Data

Setelah dilakukan uji asumsi klasik uji normalitas, ternyata data yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan tidak memenuhi prasyarat uji asumsi klasik normalitas. Hasil uji normalitas memperlihatkan data residual yang tidak terdistribusi secara normal, dimana data yang digunakan pada uji *Kolmogorov-Smirnov* nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* bernilai kurang dari 0,05. Apabila data yang digunakan dalam model regresi tidak memenuhi prasyarat tersebut, maka tidak bisa digunakan untuk pengujian selanjutnya karena data yang digunakan tidak layak. Oleh karena itu, diperlukan adanya perbaikan data agar memperoleh data yang layak untuk digunakan dalam penelitian. Salah satu hal yang dilakukan ketika data tidak memenuhi uji asumsi klasik adalah dengan menggunakan transformasi data.

Menurut (Jogiyanto, 2017), ada beberapa cara agar mengubah regresi menjadi normal yaitu pertama dengan transformasi data ke bentuk lain (logaritma natural, akar kuadrat, logaritma), kedua melakukan *trimming* yaitu dengan observasi yang bersifat *outliers* dan yang ketiga melakukan *winsorizing* yaitu mengubah data *outliers* menjadi nilai minimum dan maksimum yang diizinkan agar data dapat terdistribusi normal. Pada penelitian ini, transformasi data yang digunakan adalah logaritma natural (*LN*) untuk membuat data observasi memenuhi uji asumsi klasik. Semua data sudah diubah dengan menggunakan logaritma natural karena metode ini merupakan pilihan terbaik selain metode transformasi data lainnya.

4.4.1 Uji Normalitas

TABEL 4.4

Hasil Uji Normalitas Menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
<i>Unstandardized Residual</i>		
<i>N</i>	60	
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	0,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	1,02224601
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	0,064
	<i>Positive</i>	0,064
	<i>Negative</i>	-0,055
<i>Test Statistic</i>	0,064	
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,200 ^{c,d}	

Sumber : Hasil olah data SPSS 23

Hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* sebelum dan sesudah menunjukkan hasil yang berbeda. Sebelum menggunakan transformasi data, nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* bernilai kurang dari 0,05. Sedangkan setelah dilakukan transformasi data, nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* bernilai lebih dari 0,05. Karena nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* bernilai lebih dari 0,05, maka data observasi dapat dikatakan sudah terdistribusi normal dan memenuhi uji normalitas.

4.4.2 Uji Multikolinearitas

Tabel 4.5
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
CSR	0,677	1,478
CETR	0,784	1,276
AGE	0,490	2,041
UDK	0,639	1,565
INDP	0,842	1,187

a. Dependent Variable: PBV

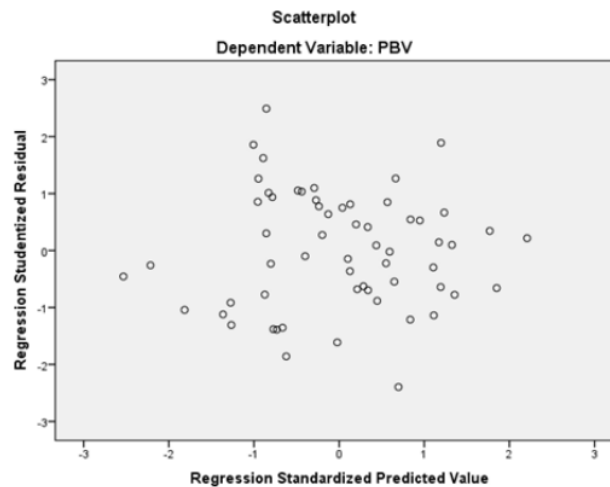
Sumber : Hasil olah data SPSS 23

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menemukan apakah ada atau tidak korelasi antar variabel independen. Model regresi dikatakan baik jika didalam model tersebut tidak terdapat korelasi antar variabel (Ghozali, 2018). Untuk mengetahui apakah dalam variabel terdapat korelasi, dapat melihat nilai *tolerance* atau nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Dikatakan terdapat multikolinearitas apabila nilai *tolerance* lebih dari 0,1 dan nilai *VIF* kurang dari 10. menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas karena semua variabel memiliki nilai *tolerance* diatas 0,1 dan nilai *VIF* dibawah 10.

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

81
Tabel 4.6

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Hasil olah data SPSS 23

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah terdapat kesamaan *variance* dari residu satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dapat dilihat dengan menggunakan titik-titik *scatterplot*. Menurut (Juliawan et al., 2023), jika sebaran titik-titik yang berada pada *scatterplot* tersebut menyebar dan tidak membentuk suatu pola, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Pada gambar *scatterplot*, menunjukkan bahwa titik-titik tersebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk suatu pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa model didalam penelitian tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.4.4 Uji Autokorelasi

⁶⁶
Tabel 4.7

Hasil Uji Autokolerasi

Model	Durbin-Watson
1	1,907

a. Predictors: (Constant), INDP, CETR, UDK, CSR, AGE

b. Dependent Variable: PBV

Sumber: Hasil olah data SPSS 23

³
Uji autokorelasi digunakan untuk melihat apakah terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$. Uji autokorelasi dapat dilihat menggunakan nilai *Durbin-Watson* (DW). Model penelitian dikatakan tidak terjadi autokorelasi ketika nilai DW berada disekitar dU dan $(4-dU)$. Berdasarkan hasil uji autokorelasi, pada model penelitian ini nilai DW sebesar 1,907. Tabel DW, dengan $\alpha = 5\%$, untuk $K = 5$ dan $N = 60$ menunjukkan nilai dU sebesar 1.7671 dan $(4-dU)$ sebesar 2,2329. Pada hasil penelitian ini, karena nilai $dU < DW < (4-dU)$, berarti tidak terjadi gejala autokorelasi. Oleh karena itu, tidak terjadi gejala autokorelasi pada model penelitian ini.

4.5 ⁸³ Analisis Regresi Linier Berganda

Semua **asumsi klasik** telah terpenuhi **dan data** sudah layak dalam penelitian ini. Langkah berikutnya melakukan uji hipotesis. Berikut hasil dari uji hipotesis.

77
TABEL 4.8

HASIL REGRESI LINIER BERGANDA

Variabel Independen	Variabel Dependen: <i>PBV</i>
<i>Constant</i>	1,258
	(1,107)
<i>CSR</i>	-2,830***
	(0,381)
<i>CETR</i>	-0,173
	(0,319)
<i>AGE</i>	-1,014
	(0,257)
<i>UDK</i>	2,674***
	(0,413)
<i>INDP</i>	1,455
	(0,623)
<i>Observasi</i>	60
<i>Uji F</i>	3,634***
<i>Adjusted R²</i>	0,182

Sumber: Hasil olah data SPSS 23

Keterangan: angka didalam tanda kurung (...) merupakan standar error; *, **, dan *** menunjukkan signifikansi secara statistik berturut-turut pada α 10%, 5%, dan 1%.

Dari tabel 4.8, maka persamaan analisis linier berganda yang dihasilkan yaitu sebagai berikut.

51

Tabel 4.9

Hasil Uji Regresi Linier Berganda Coefficient

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
	B	Std. Error	Coefficients Beta		
1 (Constant)	1,393	1,107		1,258	0,214
CSR	-1,078	0,381	-0,405	-2,830	0,007
CETR	-0,055	0,319	-0,023	-0,173	0,863
AGE	-0,260	0,257	-0,171	-1,014	0,315
UDK	1,104	0,413	0,394	2,674	0,010
INDP	0,906	0,623	.0,187	1,455	0,152

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Hasil olah data SPSS 23

$$Y = 1,393 - 1,078 X_1 - 0,055 X_2 - 0,260 Z_1 + 1,104 Z_2 + 0,906 Z_3$$

Nilai *constant* 1,393 yang menunjukkan jika variabel *CSR*, *CETR*, *AGE*, *UDK* dan *INDP* bernilai nol atau stabil maka *price to book value* bernilai sebesar 1,393. Nilai koefisien *CSR* (X_1) senilai -1,078 yang berarti ketika *CSR* menambah 1% maka *price to book value* menjadi berkurang senilai 1,078. Nilai koefisien *CETR* (X_2) memiliki nilai -0,055 yang menandakan jika ada pertambahan *CETR* 1% maka *price to book value* berkurang senilai 0,055. Nilai koefisien *AGE* (Z_1) senilai -0,260 yang berarti

ketika *AGE* menambah 1% maka *price to book value* menjadi berkurang senilai 0,260. Nilai koefisien *UDK* (Z_2) memiliki nilai 1,104 yang menandakan jika ada penambahan *UDK* 1% maka *price to book value* meningkat senilai 1,104. Nilai koefisien *INDP* (Z_3) memiliki nilai 0,906 yang menandakan jika ada penambahan *INDP* 1% maka *price to book value* meningkat senilai 0,906.

4.6 Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.10

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,502 ^a	0,252	0,182	1,069

a. Predictors: (Constant), *INDP*, *CETR*, *UDK*, *CSR*, *AGE*

b. Dependent Variable: *PBV*

Sumber : Hasil olah data SPSS 23

Jumlah observasi pada penelitian ini sebanyak 60 observasi, koefisien determinasi (R^2) dari penelitian ini sebesar 0,182 atau sebesar 18,2%. Hal ini menunjukkan bahwa variabilitas Nilai perusahaan (*PBV*) dapat dijelaskan oleh variabel independen dan variabel kontrol yang digunakan didalam penelitian sebesar 18,2%, sedangkan sisanya 81,8% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian. Dapat disimpulkan bahwa dalam model penelitian ini, variabel independen dan variabel kontrol masih memiliki keterbatasan dalam menjelaskan variabel dependen.

4.7 Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)

Tabel 4.11

Hasil Uji Simultan (Uji F)

<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1 <i>Regression</i>	20,743	5	4,149	3,634	0,007
<i>Residual</i>	61,654	54	1,142		
<i>Total</i>	82,398	59			

a. Dependent Variable: PBV

b. Predictors: (Constant), INDP, CETR, UDK, CSR, AGE

Sumber: Hasil olah data SPSS 23

Hasil analisis signifikansi simultan-F sebesar 3,634 dengan signifikansi 0,007. Nilai signifikansi simultan F lebih kecil dari 5%, maka dapat disimpulkan bahwa *CSR dan CETR* secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan (*PBV*). Hasil tersebut membuktikan bahwa H_1 diterima, dimana variabel *CSR* dan agresivitas pajak bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

4.8 Uji Parsial (Uji-T)

48
Tabel 4.12

Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	1,393	1,107		1,258	0,214
CSR	-1,078	0,381	-0,405	-2,830	0,007
CETR	-0,055	0,319	-0,023	-0,173	0,863
AGE	-0,260	0,257	-0,171	-1,014	0,315
UDK	1,104	0,413	0,394	2,674	0,010
INDP	0,906	0,623	.0,187	1,455	0,152

a. Dependent Variable: PBV

Sumber : Hasil olah data SPSS 23

Berdasarkan tabel 4.8, pada analisis regresi menunjukkan bahwa variabel independen *Corporate social responsibility (CSR)* memiliki tanda negatif dengan nilai signifikansi 0,007 yang lebih kecil dari *level of significant* (α) 5%. Hasil tersebut membuktikan bahwa H_2 diterima, dimana *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan (*PBV*). Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi rasio *CSR*, maka semakin rendah nilai perusahaan.

Variabel independen Agresivitas pajak (*CETR*) pada regresi model memiliki tanda negatif dengan nilai signifikansi 0,863 yang lebih besar dari nilai *level of significant* (α) 5%. Hasil tersebut membuktikan bahwa H_3 ditolak, dimana *CETR* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (*PBV*).

Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi rasio *CETR*, maka tidak akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Variabel kontrol umur perusahaan (*AGE*) pada regresi memiliki tanda negatif dengan nilai signifikansi 0,315 yang lebih besar dari nilai *level of significant* (α) 5%. Hasil tersebut membuktikan bahwa *AGE* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (*PBV*). Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi nilai *AGE*, maka tidak akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Variabel kontrol ukuran dewan komisaris (*UDK*) pada regresi memiliki tanda positif dengan nilai signifikansi 0,010 yang lebih kecil dari nilai *level of significant* (α) 5%. Hasil tersebut membuktikan bahwa *UDK* berpengaruh terhadap nilai perusahaan (*PBV*). Maka semakin tinggi anggota dewan komisaris, maka nilai perusahaan semakin baik.

Variabel kontrol dewan komisaris independen (*INDP*) pada regresi memiliki tanda positif dengan nilai signifikansi 0,152 yang lebih besar dari nilai *level of significant* (α) 5%. Hasil tersebut membuktikan bahwa *INDP* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (*PBV*). Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi anggota dewan komisaris independen yang dimiliki perusahaan, maka tidak akan mempengaruhi nilai perusahaan.

4.9 Pembahasan

4.9.1 ¹ Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Agresivitas Pajak (CETR) terhadap Nilai Perusahaan

Pada penelitian ini, pengungkapan CSR dan agresivitas pajak bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Nilai signifikan Uji F sebesar 0,007 dimana nilai ini lebih kecil dari nilai signifikansi 0,005. Hasil ini membuktikan ketika perusahaan melakukan program CSR dan melakukan agresivitas pajak bersamaan akan mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil ini didukung oleh Ishaqi dan Hermanto (2023) dimana terdapat pengaruh secara simultan dari pengungkapan CSR, agresivitas pajak, umur perusahaan, ukuran dewan komisaris dan dewan komisaris independen perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Nilai perusahaan akan baik ketika dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kegiatan CSR dan agresivitas pajak oleh perusahaan. Kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan dapat meningkatkan reputasi yang berakibat meningkatnya kepercayaan investor dalam berinvestasi kepada perusahaan. Pengungkapan CSR yang semakin bertambah luas dan berkualitas diharapkan dapat memunculkan dan menarik minat investor yang akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan menunjukkan arah positif, ketika nilai *CETR* tinggi maka nilai perusahaan juga tinggi. Nilai *CETR* tinggi menunjukkan bahwa perusahaan melakukan wajib pajak. Perusahaan senantiasa membayar kewajiban pajak yang bertujuan untuk menaikkan reputasi dan

citra baik kepada masyarakat umum dan investor. Dengan reputasi dan citra baik ini mengindikasikan bahwa nilai perusahaan akan bertambah baik. Sehingga, dengan pelunasan kewajiban pajak oleh perusahaan mampu meningkatkan nilai perusahaan dimata masyarakat maupun investor. Oleh karena itu, pengungkapan CSR dan agresivitas pajak secara bersama-sama dapat meningkatkan nilai perusahaan.

4.9.2 ⁴⁶ Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan

Pada penelitian ini, ukuran *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV). Hasil ini membuktikan bahwa semakin perusahaan melakukan *corporate social responsibility*, maka akan semakin rendah nilai perusahaan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Juliawan et al., 2023) dan (Chen & Lee, 2017), dimana dalam penelitian itu terdapat pengaruh negatif pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Hasil ini juga didukung oleh penelitian lain yang dilakukan (Indarti et al., 2021) dan (Tenriwaru & Nasaruddin, 2020), yang menyebutkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Apriani & Khairani, 2018), (Diandra, 2023) dan (Juliawan et al., 2023) dimana pengungkapan *corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif dengan nilai perusahaan.

Kegiatan *corporate social responsibility* merupakan upaya investasi yang harus dilakukan oleh perusahaan guna mendukung serta melindungi pertumbuhan berkelanjutan dengan tujuan untuk meningkatkan kelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat sekitar. Perusahaan bisa mendapatkan reputasi hingga legitimasi sosial yang baik oleh investor dan pelanggannya dengan cara mengungkapkan kegiatan CSR-nya. Dengan pengungkapan CSR oleh perusahaan, banyak manfaat yang didapat seperti peningkatan loyalitas karyawan, reputasi meningkat, lingkungan sekitar perusahaan terjaga, hingga produk dapat disukai oleh konsumen. Akan tetapi, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kebiasaan investor dalam membeli saham tidak berfokus pada program CSR yang dilakukan perusahaan, akan tetapi melihat dari *capital gain* (selisih jual-beli saham) tanpa memperdulikan usaha-usaha jangka panjang perusahaan. Padahal, kegiatan CSR oleh perusahaan adalah strategi jangka panjang guna menjaga keberlangsungan perusahaan dan tidak semua program CSR bisa dinikmati jangka pendek. Investor dalam melihat pengungkapan CSR dapat melalui *annual report* atau *sustainability report*, ketika pengungkapan CSR meningkat setiap tahunnya maka sangat mungkin investor beranggapan bahwa aset atau dana yang dimiliki perusahaan digunakan untuk program CSR. Program CSR perusahaan yang dilakukan tiap tahun yang akan berdampak merugikan jika tidak diiringi dengan peningkatan rasio keuangan. Oleh karena itu, semakin tinggi

pengungkapan CSR oleh perusahaan, maka akan semakin rendah nilai perusahaan karena penggunaan dana untuk CSR tidak diiringi dengan peningkatan rasio keuangan pada setiap tahunnya.

4.9.3 ² Pengaruh Agresivitas Pajak (*CETR*) terhadap Nilai Perusahaan

Pada penelitian ⁱⁿⁱ, proporsi agresivitas ^{pajak} (*CETR*) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (*PBV*). Hasil ini menandakan bahwa perusahaan yang meminimalkan beban pajak yang dibayar (cara legal, ilegal maupun keduanya), maka semakin tinggi nilai perusahaan tetapi hasilnya tidak signifikan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Sumantri & Andini, 2019), (Rahmat, 2023) dan (Nurasiah & Riswandari, 2023) dimana dalam penelitian itu tidak terdapat pengaruh agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan. Tetapi hasil ini berbeda dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Prastiwi & Walidah, 2020) dimana terdapat hubungan negatif dan signifikan agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan. Dan hasil penelitian oleh (Hamdan et al., 2019) dimana tindakan penghindaran pajak oleh perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor manufaktur.

⁷ Agresivitas pajak yang dilakukan oleh manajemen dipandang sebagai risiko tinggi bagi perusahaan. Investor tidak memandang agresivitas pajak sebagai peluang peningkatan laba melalui penghematan pajak. Tindakan agresivitas pajak akan berpengaruh pada keputusan investor untuk membeli saham perusahaan dan akan terjadi penurunan

permintaan saham perusahaan dimasa depan yang mengakibatkan reputasi perusahaan menjadi buruk (Prastiwi & Walidah, 2020). Agresivitas pajak yang menyebabkan penerimaan pajak berkurang menyebabkan kerugian publik yang signifikan. Perusahaan yang melakukan agresivitas pajak tidak bertanggung jawab terhadap sosial sehingga akan menghasilkan citra buruk bagi para pemangku kepentingan. Agresivitas pajak pada penelitian ini diprosikan dengan *CETR*, dimana semakin tinggi nilai *CETR* maka perusahaan tidak melakukan agresivitas pajak, sebaliknya jika nilai *CETR* rendah maka perusahaan melakukan tindakan agresivitas pajak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *CETR* memiliki hubungan tidak berpengaruh dengan nilai perusahaan. Untuk meminimalkan beban pajak, perusahaan dapat menggunakan cara legal (penghindaran pajak), cara ilegal (*tax evasion*) maupun keduanya. *CETR* tidak mempengaruhi nilai perusahaan disebabkan karena investor dalam menilai perusahaan cenderung fokus pada faktor lain diluar perpajakan seperti profitabilitas, likuiditas perusahaan, tingkat *leverage* dan sebagainya. Sehingga, ketika perusahaan melakukan agresivitas pajak atau tidak, tidak akan mempengaruhi nilai dari perusahaan tersebut. Oleh karena itu, agresivitas pajak tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

4.9.4 Pengaruh Variabel Kontrol terhadap Nilai Perusahaan

Umur perusahaan (*AGE*) dalam penelitian ini menunjukkan tidak berpengaruh. Hal ini berarti, semakin tua umur perusahaan maka semakin rendah nilai perusahaan tetapi hasilnya tidak signifikan. Hasil ini sejalan

dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rousilita Suhendah, 2020) dan (Choi, 2012) dimana umur perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin tua umur perusahaan, semakin yakin investor dalam menanamkan modal kepada perusahaan karena sudah percaya akan perusahaan bisa *survive* dan berkembang hingga sekarang. Akan tetapi, hasil penelitian ini menunjukkan sebaliknya dimana umur perusahaan tidak bisa mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini mungkin disebabkan adanya persaingan bisnis antar perusahaan yang mana semakin tua umur perusahaan tidak memberikan jaminan atas kestabilan kinerja perusahaan. Dengan tidak mampu bersaing dengan perusahaan lain, menyebabkan investor memilih perusahaan dengan kinerja keuangan yang stabil dan tinggi yang dapat mempengaruhi harga saham dan nilai perusahaan.

Ukuran dewan komisaris (*UDK*) dalam penelitian ini menunjukkan nilai positif signifikan. Hal ini menandakan bahwa semakin banyak anggota dewan komisaris maka semakin tinggi nilai perusahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Marini & Marina, 2017), dimana ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dewan komisaris mampu mengawasi kinerja direksi dan manajemen dalam melaksanakan tugas. Semakin baik kinerja dewan komisaris maka semakin baik pula kinerja dari direksi dan manajemen dalam melakukan kegiatan perusahaan yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Banyaknya anggota dewan komisaris akan mempermudah

dalam pengawasan terhadap dewan direksi, saran dan masukan yang diperoleh dari dewan direksi akan lebih banyak sehingga berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, semakin banyak anggota dewan komisaris, maka dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Dewan komisaris independen (*INDP*) dalam penelitian ini menunjukkan nilai positif tetapi tidak signifikan. Hal ini menandakan bahwa semakin banyak anggota dewan komisaris independen maka semakin tinggi nilai perusahaan tetapi hasilnya tidak signifikan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Amrizal et al., 2008) dan (Assidiqiyah, 2019) dimana tidak terdapat pengaruh signifikan dari dewan komisaris independen terhadap nilai perusahaan. Peran dewan komisaris independen kurang efektif pada perusahaan sektor energi sehingga dapat disimpulkan bahwa dewan komisaris independen tidak mampu dalam meningkatkan nilai perusahaan. Jumlah dewan komisaris independen tidak dapat dijadikan jaminan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini kemungkinan dikarenakan keberadaan komisaris independen hanya sebagai formalitas untuk memenuhi regulasi dari Otoritas Jasa Keuangan sehingga komisaris independen tidak melaksanakan fungsi monitoring dengan baik. Oleh karena itu, kehadiran dewan komisaris independen hanya sebagai pemenuhan regulasi dan tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN**5.1 Simpulan**

1. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kegiatan CSR oleh perusahaan adalah strategi jangka panjang guna menjaga keberlangsungan perusahaan dan tidak semua program CSR bisa dinikmati jangka pendek. Program CSR perusahaan yang dilakukan tiap tahun yang akan berdampak merugikan jika tidak diiringi dengan peningkatan rasio keuangan.
2. Agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Untuk meminimalkan beban pajak, perusahaan dapat menggunakan cara legal (penghindaran pajak), cara ilegal (*tax evasion*) maupun keduanya. *CETR* tidak mempengaruhi nilai perusahaan disebabkan karena investor dalam menilai perusahaan cenderung fokus pada faktor lain diluar perpajakan seperti profitabilitas, likuiditas perusahaan, tingkat *leverage* dan sebagainya.
3. Umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Adanya persaingan bisnis antar perusahaan yang mana semakin tua umur perusahaan tidak memberikan jaminan atas kestabilan kinerja perusahaan. Dengan tidak mampu bersaing dengan perusahaan lain, menyebabkan investor memilih perusahaan dengan kinerja keuangan yang stabil dan tinggi yang dapat mempengaruhi harga saham dan nilai perusahaan.

4. Ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dewan komisaris mampu mengawasi kinerja direksi dan manajemen dalam melaksanakan tugas. Semakin baik kinerja dewan komisaris maka semakin baik pula kinerja dari direksi dan manajemen dalam melakukan kegiatan perusahaan yang akan meningkatkan nilai perusahaan.
5. Dewan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Jumlah dewan komisaris independen ¹⁷ tidak dapat dijadikan jaminan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini kemungkinan dikarenakan keberadaan komisaris independen hanya sebagai formalitas untuk memenuhi regulasi dari Otoritas Jasa Keuangan

5.2 Saran

Peneliti menyadari adanya beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, maka peneliti mengemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan bagi peneliti yang akan datang. Saran ini diharapkan dapat memberikan gambar dan peluang bagi peneliti yang akan datang untuk melakukan penelitian yang lebih baik lagi, sebagai berikut :

1. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi hubungan antara implementasi praktik *corporate social responsibility* dan kinerja keuangan perusahaan pada sektor lain.
2. Penelitian selanjutnya dapat menelusuri dampak agresivitas pajak pada nilai perusahaan dengan mempertimbangkan faktor-faktor lain, seperti ukuran perusahaan. Penelitian yang mendalam dapat memberikan

pemahaman yang lebih baik tentang pengaruhnya terhadap nilai perusahaan dan membantu perusahaan dalam mengambil keputusan pajak yang lebih efisien

3. Melakukan penelitian terperinci pada sektor energi untuk mengeksplorasi apakah umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
4. Peneliti selanjutnya dapat mendalami tentang bagaimana ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap nilai perusahaan di sektor energi. Faktor spesifik sektor, seperti dinamika industri energi dan perubahan regulasi, sebaiknya diperhitungkan.
5. Peneliti selanjutnya dapat mengeksplorasi apakah keberadaan dewan komisaris independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, khususnya dalam konteks sektor energi

5.3 Keterbatasan

1. Perusahaan yang diteliti hanya 12 perusahaan dalam satu tahun dari total keseluruhan sektor energi. Masih banyak perusahaan yang tidak menerbitkan *sustainability report* dan *annual report*. Sehingga tidak dapat digeneralisasikan pada sektor lain.
2. Peneliti hanya berfokus pada satu sektor perusahaan di Bursa Efek Indonesia.
3. Nilai koefisien determinan (R^2) relatif kecil, dimana variabel independen dan kontrol memiliki keterbatasan dalam menjelaskan variabel dependen.
4. Perusahaan tidak menampilkan PPH.
5. Banyak perusahaan memiliki laba mines (rugi).

DAFTAR PUSTAKA

- 2021, B. (2021). O. E. I., & 2021]., [Indonesian Energy Outlook].
- ALMALITA, Y. (2018). Pengaruh Corporate Governance Dan Faktor Lainnya Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 19(2), 183–194. <https://doi.org/10.34208/jba.v19i2.271>
- Amrizal, P. P., Korupsi, D. P., Akuntansi, D. J., Hajar, S., Rohmah, N., & Akuntansi, M. J. (2008). *Pengaruh kepemilikan institusional , dewan komisaris independen , komite audit dan kualitas audit terhadap*.
- Anastasya. (2019). (*Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017*). 7(2), 1–6.
- Apriani & Khairani, 2023. (2018). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 27(2), 286–304. <https://doi.org/10.36406/jemi.v27i2.138>
- Assidiqiyah, S. (2019). *Pengaruh Kepemilikan Institusional, Dewan Komisaris Independen, Dewan Komisaris Dan Profitabilitas*. 9(3), 1–23.
- Bahri, S., & Cahyani, F. A. (2017). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Corporate Financial Performance Dengan Corporate Social Responsibility Disclosure Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei). *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 1(2), 117–142. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v1i2.11>
- Bestivano, W. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage terhadap Perataan Laba Pada Perusahaan Yang Terdaftar di BEI. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 5(1), 81.
- Brigham, E. . dan F. H. 2001. (2001). No Title. *Manajemen Keuangan. Edisi Kedelapan, Jilid Satu*.
- Cahyaningtyas, S. A., & Syafruddin, M. (2023). Dampak Kompensasi Eksekutif terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan di Indonesia (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Indeks Kompas 100 BEI Tahun 2017-2021). *Diponegoro Journal of Accounting*, 12, 1–14.
- Candra Kusuma, G., Nur Pratiwi, D., & Kristiyanti, L. (2023). Pengaruh Gender Diversity, Agresivitas Pajak, dan Green Accouting Terhadap Corporate Social Responsibility (Studi Kasus pada Perusahaan Sektor Energi Yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Ilmiah Keuangan Akuntansi Bisnis*, 2(2), 358–368. <https://jurnal.jiemap.net/index.php/jikabdoi:https://doi.org/10.53088/jikab>.

- v2i2.49
20
- Chen, R. C. Y., & Lee, C. H. (2017). The influence of CSR on firm value: an application of panel smooth transition regression on Taiwan. *Applied Economics*, 49(34), 3422–3434. <https://doi.org/10.1080/00036846.2016.1262516>
- Choi, H. M. (2012). *Foreign board membership and firm value in Korea*. <https://doi.org/10.1108/00251741211203533>
- 27
- Dewi, L. C., Kristen, U., Wacana, S., Nugrahanti, Y. W., Kristen, U., & Wacana, S. (2014). Pengaruh struktur kepemilikan dan dewan komisaris independen terhadap nilai perusahaan (studi pada perusahaan industri barang konsumsi di bei. 18(1), 64–79.
- Diandra, P. K. (2023). Good Corporate Governance Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 6(2), 330–338. <https://doi.org/10.37481/sjr.v6i2.656>
- 35
- Frank, M., Lynch L., & Rego, S. (2009). Tax Reporting Aggressiveness And Its Relation To Aggressive Financial Reporting. *The Accounting Review*, 84, 467–496.
- 57
- Ghozali, I. (2018). “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25”. Edisi 9. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Edisi 9.
- Halim, H. A., & Christiawan, Y. J. (2019). Pengaruh Penerapan Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Dan Umur Perusahaan Sebagai Variabel Kontrol. *Akuntansi Bisnis Universitas Kristen Petra*, 8(4), 12.
- 16
- Hamdan, L., Al-Abbadi, M., Zuhier, R., Almomani, Q., Rajab, A., Alhaleem, A., Rumman, A., Mohammad, A., & Khraisat, I. (2019). *Impact of Human Capital Development and Human Capital Isolation Mechanisms on Innovative Performance: Evidence from Industrial Companies in Jordan*. 11(15), 32–46. <https://doi.org/10.7176/EJBM>
- Indarti, R., Nelyumna, & Sudarmaji, E. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital dan Srtuktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Studi EmpirisPerusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek IndonesiaTahun2017-2019). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Pancasila*, 1(2), 133–148.
- Jogiyanto, H. (2017). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Kesebelas. Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- John Elkington, 1998. (n.d.). No Title. *Partnerships from Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st-Century Business*.

<https://doi.org/10.1002/tqem.3310080106>

Juliawan, I. G. P., Pramesti, I. G. A. A., Yuliastuti, I. A. N., & Adiyadnya, M. S. P. (2023). Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance (GCG) dan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Tahun 2019-2021. *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (KHARISMA)*, 5(2), 277–288.

⁷⁸ Khoirunnisa, S., & Aminah, I. (2022). Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris dan Komite Audit Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020. *Prosiding SNAM PNJ*, 0–11.

Kristiadi, F., Kurniawati, E. P., & Naufa, A. M. (2020). *p-ISSN: 1979-3650, e-ISSN: 2548-2149*. 105–121.

Lestari, A. D., & Zulaikha. (2021). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Kajian Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2015-2019). *Jurnal Akuntansi Manajemen*, 10(2011), 1–15.

Marini, Y., & Marina, N. (2017). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Humaniora*, 1(1), 1–14.

Nahda, K., & Harjito, D. A. (n.d.). *Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan corporate governance*.

³⁶ Nurasih, S., & Riswandari, E. (2023). Pengaruh Konservatisme Akuntansi, Kualitas Audit dan Agresivitas Pajak Terhadap Nilai Perusahaan. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 219–231. <https://doi.org/10.18196/rabin.v7i1.16814>

Oktariko, B., & Amanah, L. (2018). Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating Lailatul Amanah Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 1–16.

²³ Prastiwi, D., & Walidah, A. N. (2020). Pengaruh agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan: Efek moderasi transparansi dan kepemilikan institusional. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 23(2), 203–224. <https://doi.org/10.24914/jeb.v23i2.2997>

⁴² Primawati, D. A., & Andajani, A. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan (JIaku)*, 2(3), 304–325. <https://doi.org/10.24034/jiaku.v2i3.6112>

- ⁵⁸ Putri, A. K., Sudarma, M., & Purnomosidhi, B. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan dan Jumlah Dewan Komisaris sebagai Variabel Pemoderasi (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 14(2). <https://doi.org/10.18202/jam23026332.14.2.16>
- Rahmat, A. N. D. dan F. (2023). Agresivitas Pajak Terhadap Nilai Perusahaan. 6(1), 572–586. stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/988
- Ramadhani, L. S., & Hadiprajitno, P. B. (2012). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei. *Skripsi Universitas Diponegoro*.
- ¹¹ Rousilita Suhendah, G. A. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dividen Dan Umur Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 2(2), 586. <https://doi.org/10.24912/jpa.v2i2.7623>
- Said, S. (2023). Pengaruh Corporate Social. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 01(01), 1689–1699. <https://doi.org/10.22219/jaa.v6i3.27236>
- ²⁶ Sari, S. R. K., & Setiahadhi, R. (2019). How Important CSR to Mining Companies: Empirical Case in Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 347(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/347/1/012121>
- ⁶ Siregar, M., & Azzahra, K. (2022). the Effect of Corporate Social Responsibility, Company Size and Capital Intensity on Tax Avoidance. *Marginal: Journal of Management, Accounting, General Finance and International Economic Issues*, 1(4), 125–142. <https://doi.org/10.55047/marginal.v1i4.309>
- ¹¹ Sumantri, I. I., & Andini, I. A. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Bareleng*, 4(1), 50–63. <https://doi.org/10.33884/jab.v4i1.1552>
- Tarmidi, D. (2023). Peran Transparansi Informasi Dalam Memoderasi Pengaruh Agresivitas Pajak Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Media Akuntansi Perpajakan*, 8(1), 8–15. <https://doi.org/10.52447/map.v8i1.6859>
- Tenriwaru, T., & Nasaruddin, F. (2020). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Ajar*, 3(01), 68–87. <https://doi.org/10.35129/ajar.v3i01.104>
- ² Wang, X. (2012). Tax Avoidance, Corporate Transparency, and Firm Value. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1904046>

Wijaya, H., Tania, D. R., & Cahyadi, H. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai. *Jurnal Bina Akuntansi*, 8(2), 109–121.

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN AGRESIVITAS PAJAK DENGAN VARIABEL KONTROL UMUR PERUSAHAAN, UKURAN DEWAN KOMISARIS, DAN DEWAN KOMISARIS INDEPENDEN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA SEKTOR ENE

ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id Internet Source	3%
2	eprints.kwikkiangie.ac.id Internet Source	2%
3	Submitted to Universitas Bengkulu Student Paper	1%
4	Submitted to Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang Student Paper	1%
5	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	1%
6	stiealwashliyahsibolga.ac.id Internet Source	1%
7	pdfs.semanticscholar.org Internet Source	1%

8	Submitted to Trisakti University Student Paper	<1 %
9	dspace.uii.ac.id Internet Source	<1 %
10	Submitted to iGroup Student Paper	<1 %
11	repository.unsri.ac.id Internet Source	<1 %
12	erepository.uwks.ac.id Internet Source	<1 %
13	eprints.undip.ac.id Internet Source	<1 %
14	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	<1 %
15	Wastam Wahyu Hidayat, Triana Yuniati, Ery Teguh Prasetyo, Cahyadi Husadha. "Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Leverage dan CSR terhadap Nilai Perusahaan, Studi Kasus Perusahaan Jasa di Indonesia", Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara, 2021 Publication	<1 %
16	repository.fe.unj.ac.id Internet Source	<1 %
17	Arsyi Zahwa, Nela Safelia, Rico Wijaya Z. "Pengaruh Good Corporate Governance	<1 %

Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Sektor Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021)",
Jurnal Akuntansi & Keuangan Unja, 2023

Publication

18

Galuh Candra Kusuma, Desy Nur Prastiwi, LMS Kristiyanti. "Pengaruh Gender Diversity, Agresivitas Pajak, dan Green Accouting Terhadap Corporate Social Responsibility",
Jurnal Ilmiah Keuangan Akuntansi Bisnis, 2023

Publication

<1 %

19

repository.unej.ac.id

Internet Source

<1 %

20

positori.uin-alauddin.ac.id

Internet Source

<1 %

21

Submitted to Universitas Pamulang

Student Paper

<1 %

22

repository.uin-suska.ac.id

Internet Source

<1 %

23

jurnalku.org

Internet Source

<1 %

24

Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia

Student Paper

<1 %

25

Submitted to Syntax Corporation

Student Paper

<1 %

26

Submitted to Otago Polytechnic

Student Paper

<1 %

27

Submitted to Universitas Putera Batam

Student Paper

<1 %

28

eprints.ubhara.ac.id

Internet Source

<1 %

29

Submitted to Silpakorn University

Student Paper

<1 %

30

docplayer.info

Internet Source

<1 %

31

kc.umn.ac.id

Internet Source

<1 %

32

Submitted to Universitas Islam Lamongan

Student Paper

<1 %

33

eprints.ums.ac.id

Internet Source

<1 %

34

adoc.pub

Internet Source

<1 %

35

docobook.com

Internet Source

<1 %

36

www.journal.stieamkop.ac.id

Internet Source

<1 %

37	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1 %
38	journal.umsu.ac.id Internet Source	<1 %
39	ojs.uph.edu Internet Source	<1 %
40	repository.unika.ac.id Internet Source	<1 %
41	www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id Internet Source	<1 %
42	ejournal.stiesia.ac.id Internet Source	<1 %
43	garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	<1 %
44	openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id Internet Source	<1 %
45	repository.umrah.ac.id Internet Source	<1 %
46	digilib.unila.ac.id Internet Source	<1 %
47	www.scribd.com Internet Source	<1 %
48	Submitted to Universitas Islam Negeri Raden Fatah	<1 %

49 digilib.uinsby.ac.id <1 %
Internet Source

50 jurnal.stie-aas.ac.id <1 %
Internet Source

51 Submitted to Sriwijaya University <1 %
Student Paper

52 Submitted to Universitas Nasional <1 %
Student Paper

53 eprints.unsri.ac.id <1 %
Internet Source

54 owner.polgan.ac.id <1 %
Internet Source

55 Submitted to Universitas PGRI Palembang <1 %
Student Paper

56 id.scribd.com <1 %
Internet Source

57 Submitted to Fakultas Ekonomi, Bisnis dan
Pariwisata <1 %
Student Paper

58 digilib.esaunggul.ac.id <1 %
Internet Source

59 e-journal.president.ac.id <1 %
Internet Source

60	id.123dok.com Internet Source	<1 %
61	vdocuments.mx Internet Source	<1 %
62	Submitted to Landmark University Student Paper	<1 %
63	repository.unibos.ac.id Internet Source	<1 %
64	repository.univ-tridinanti.ac.id Internet Source	<1 %
65	repository.usm.ac.id Internet Source	<1 %
66	es.scribd.com Internet Source	<1 %
67	journal.universitaspahlawan.ac.id Internet Source	<1 %
68	repository.stieykpn.ac.id Internet Source	<1 %
69	www.ojspustek.org Internet Source	<1 %
70	Tri Wulanjayanti, Darman Usman. "THE EFFECT OF SERVICE QUALITY OF ELECTRONIC TAXING SYSTEM AND TAX EMPLOYEE"	<1 %

COMPETENCE ON TAXPAYER SATISFACTION",

Jurnal Akuntansi, 2019

Publication

71	core.ac.uk Internet Source	<1 %
72	etd.iain-padangsidempuan.ac.id Internet Source	<1 %
73	123dok.com Internet Source	<1 %
74	Cantika Adelia, Ardan Gani Asalam. "Pengaruh Transfer Pricing, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman BEI Tahun 2018-2021", Owner, 2024 Publication	<1 %
75	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1 %
76	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	<1 %
77	etd.umy.ac.id Internet Source	<1 %
78	journal.ipm2kpe.or.id Internet Source	<1 %
79	journal.univpancasila.ac.id Internet Source	<1 %

80

repository.stie-mce.ac.id

Internet Source

<1 %

81

Hendrawan Raharjo, Anita Wijayanti, Riana R Dewi. "ANALISIS PENGARUH KINERJA KEUANGAN DAN INFLASI TERHADAP PROFITABILITAS BANK UMUM SYARIAH DI INDONESIA (TAHUN 2014-2018)", Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen, 2020

Publication

<1 %

82

Melyana Sihotang, Gideon Setyo Budiwitjaksono. "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Manajemen Laba:", Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 2023

Publication

<1 %

83

eprints.stiebankbpdjateng.ac.id

Internet Source

<1 %

84

journal.uta45jakarta.ac.id

Internet Source

<1 %

85

koreascience.or.kr

Internet Source

<1 %

86

repository.ub.ac.id

Internet Source

<1 %

87

text-id.123dok.com

Internet Source

<1 %

Rosminah Rosminah, Rahma Nurjanah, Etik Umiyati. "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Sarolangun", e-Journal Perdagangan Industri dan Moneter, 2019

Publication

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off