

**PENGARUH *TAX AVOIDANCE*, PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, UKURAN
PERUSAHAAN DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang
Listing di BEI 2014-2018)**



SKRIPSI

Oleh :

Nama : Rifqi Setya Perdana

No. Mahasiswa : 16312331

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2020**

**PENGARUH *TAX AVOIDANCE*, PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, UKURAN
PERUSAHAAN DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

**(Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang
Listing di BEI 2014-2018)**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai derajat
Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Oleh :

Nama : Rifqi Setya Perdana

No. Mahasiswa : 16312331

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2020**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai aturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 11 Februari 2020

Penulis,



(Rifqi Setya Perdana)

**PENGARUH *TAX AVOIDANCE*, PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, UKURAN
PERUSAHAAN DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

**(Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang
Listing di BEI 2014-2018)**

SKRIPSI

Diajukan Oleh :

Nama : Rifqi Setya Perdana

No. Mahasiswa : 16312331

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal 11 Februari 2020

Dosen Pembimbing,



Sigit Handoyo, S.E., M.Bus., CFrA

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH TAX AVOIDANCE, PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY, UKURAN PERUSAHAAN DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

Disusun Oleh : **RIFQI SETYA PERDANA**

Nomor Mahasiswa : **16312331**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Kamis, tanggal: 12 Maret 2020

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Sigit Handoyo, SE., M.Bus

Penguji : Reni Yendrawati, Dra., M.Si.



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Prof. Jaka Srijana, SE., M.Si, Ph.D.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya persembahkan karya ini untuk:

Bapak Soeminto dan Ibu Dyah Utari

Sebagai orangtua penulis, yang telah memberikan dukungan serta motivasi penuh kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan *study* tepat waktu sesuai dengan yang diharapkan orangtua penulis. Semoga karya ini dapat bermanfaat



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah rabbil ‘alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan berkat, rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Tax Avoidance*, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan”**.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi syarat akademis untuk mencapai gelar kesarjanaan strata satu (S-1) pada jurusan Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, atas segala berkah, rahmat dan karunia-Nya sehingga selalu diberikan kemudahan dan kelancaran dalam mengerjakan skripsi ini.
2. Nabi Muhammad SAW, sebagai panutan umat muslim yang penuh dengan kemuliaan dan ketaatan kepada Allah SWT.
3. Orangtua penulis, Bapak Soeminto dan Ibu Dyah Utari yang telah membesarkan penulis dengan penuh kasih sayang, serta senantiasa memberikan nasihat, bimbingan, dukungan, semangat dan doa yang tidak

pernah berhenti diberikan untuk penulis. Terimakasih atas segala pembelajaran formal maupun nonformal yang diberikan selama ini. Semoga penulis selalu dapat memberikan yang terbaik dan membanggakan keduanya, dan semoga Ayah dan Mama senantiasa diberikan kesehatan dan selalu dalam lindungan Allah SWT.

4. Bapak Sigit Handoyo S.E., M.Bus., CfrA. selaku selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang sangat berjasa dalam memberikan ilmu, proses, serta kesabaran selama penulis mengerjakan skripsi, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc, Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia, beserta seluruh jajaran pimpinan Universitas Islam Indonesia.
6. Bapak Jaka Sriyana, Dr., S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
7. Bapak Mahmudi, S.E., M.Si. selaku Kepala Prodi Akuntansi S1 Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
8. Seluruh dosen akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang telah berbagi ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
9. Ivan Setya Ananda, selaku Adik penulis yang selalu menemani keseharian penulis. Terimakasih atas dukungan yang telah diberikan.
10. Estri Ari Respati, selaku teman terdekat penulis. Terimakasih atas segala dukungan, motivasi, doa, suka duka dan kasih sayang yang selalu diberikan untuk penulis.

11. Danu, Faisal, Nirwan, Zahron, Reza, Fandy, Rakha, Arief, selaku teman seperjuangan penulis dari awal masa kuliah. Terimakasih telah menjadi teman, sahabat dan saudara sejak awal, semoga mendapatkan kemudahan dan kelancaran dalam menggapai impian dan cita-cita.
12. Teman-teman KKN Unit 31, Refo, Lisda, Novika, Widy, Muthia dan teman-teman KKN Desa Sekaran. Terimakasih telah menjadi teman-teman yang baik serta doa dan dukungan yang telah diberikan.
13. Akuntansi 2016, selaku teman perjuangan penulis selama berkuliah di FBE UII. Terimakasih atas suka duka yang tercurah selama penulis melewati masa perkuliahan ini.

Penulis sadar dalam penulisan skripsi ini terdapat kekurangan dan kesalahan, untuk itu saran dan kritik yang membangun akan membantu untuk menyempurnakan penelitian ini. Penulis memohon maaf apabila dalam penulisan skripsi ini terdapat kekurangan maupun kesalahan. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Yogyakarta, 11 Februari 2020

Penulis,

Rifqi Setya Perdana

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	11
1.3 TUJUAN PENELITIAN	11
1.4 MANFAAT PENELITIAN	12
1.5 SISTEMATIKA PENULISAN	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 LANDASAN TEORI.....	15
2.1.1 <i>Stakeholders Theory</i>	15
2.1.2 <i>Agency Theory</i>	16
2.1.3 <i>Legitimacy Theory</i>	17

2.1.4	Nilai Perusahaan	18
2.1.5	<i>Tax Avoidance</i>	19
2.1.6	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	21
2.1.7	Ukuran Perusahaan.....	23
2.1.8	Pertumbuhan Penjualan	24
2.2	PENELITIAN TERDAHULU	26
2.3	PENGEMBANGAN HIPOTESIS PENELITIAN	31
2.3.1	<i>Tax Avoidance</i>	31
2.3.2	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	32
2.3.3	Ukuran Perusahaan.....	34
2.3.4	Pertumbuhan Penjualan	35
2.4	KERANGKA KONSEPTUAL PENELITIAN	36
BAB III METODE PENELITIAN		37
3.1	POPULASI DAN SAMPEL	37
3.2	VARIABEL PENELITIAN	38
3.2.1	Variabel Dependen	38
3.2.2	Variabel Independen	39
3.3	METODE PENGUMPULAN DATA	42
3.4	TEKNIK ANALISIS DATA.....	42
3.4.1	Statistik Deskriptif	42
3.4.2	Uji Asumsi Klasik	42
3.4.2.1	Uji Normalitas	43
3.4.2.2	Uji Multikolinieritas.....	43

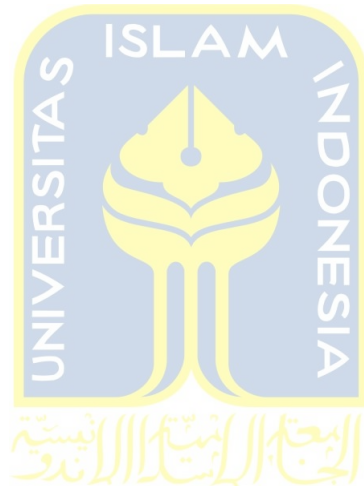
3.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	43
3.4.2.4 Uji Autokorelasi	44
3.4.3 UJI HIPOTESIS	44
3.4.3.1 Uji Koefisien Determinasi	44
3.4.3.2 Uji F/Uji Kelayakan Model.....	44
3.4.3.3 Uji T	45
3.4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
BAB IV DATA DAN PEMBAHASAN	47
4.1 DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN	47
4.2 ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF	48
4.2.1 Uji Asumsi Klasik	50
4.2.2 Uji Normalitas.....	50
4.2.3 Uji Multikoliniertias	51
4.2.4 Uji Heteroskedastisitas	52
4.2.5 Uji Autokorelasi	54
4.3 PENGUJIAN HIPOTESIS	55
4.3.1 Uji Kelayakan Model (Uji F).....	55
4.3.2 Uji Regresi Linier Berganda	56
4.3.3 Uji T	57
4.3.4 Uji Koefisien Determinasi	58
4.4 PEMBAHASAN HIPOTESIS	59
4.4.1 <i>Tax Avoidance</i>	59
4.4.2 Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	60

4.4.3	Ukuran Perusahaan.....	60
4.4.4	Pertumbuhan Penjualan	61
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		62
5.1	Kesimpulan.....	63
5.2	Keterbatasan Penelitian Dan Saran.....	64
5.3	Implikasi Penelitian	64
DAFTAR PUSTAKA		66
LAMPIRAN		70



DAFTAR TABEL

2.1	Tabel Penelitian Terdahulu	26
4.1	Tabel Kriteria Pengambilan Sampel	47
4.2	Hasil Perhitungan Statistik Deskriptif	48
4.3	Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov Test</i>	51
4.4	Hasil Uji Multikolinieritas	52
4.5	Hasil Uji Autokorelasi	54
4.6	Hasil Uji F.....	55
4.7	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	56
4.8	Hasil Uji Koefisien Determinasi	58



DAFTAR GAMBAR

2.1	Kerangka Konseptual Penelitian.....	36
4.1	Hasil Uji Heteroskedastisitas <i>Scatter Plot</i>	53



ABSTRACT

This research analyzing about influence of tax avoidance, corporate social responsibility disclosure, firm size, and sales growth toward firm value at mining firm that listed in Indonesia Stock Exchange on 2014-2018. Firm value's measurement on this research use Tobin's Q. This research has 15 firms as sample that was obtained with purposive sampling method. Data analysis technique's use multiple linear regression. The results show that corporate social responsibility's disclosure and sales growth has an effects on firm value. It shows that the higher corporate social responsibility's disclosure and sales growth will made firm value became higher too. The results of tax avoidance and firm size are showed that has no significant effect on firm value.

Keywords: firm value, tax avoidance, corporate social responsibility, size firm, and sales growth.

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis tentang pengaruh *tax avoidance*, pengungkapan *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2018. Pengukuran nilai perusahaan pada penelitian ini menggunakan Tobin's Q. Penelitian ini memiliki jumlah sampel penelitian sebanyak 15 perusahaan yang diperoleh dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* dan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengungkapan *corporate social responsibility* dan pertumbuhan penjualan perusahaan maka semakin tinggi nilai perusahaan. Untuk *tax avoidance* dan ukuran perusahaan menunjukkan hasil analisis bahwa tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci : nilai perusahaan, *tax avoidance*, *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Perusahaan pada umumnya memiliki tujuan untuk memaksimalkan laba yang diperoleh, dengan tingginya laba yang didapatkan oleh perusahaan maka mencerminkan bahwa suatu perusahaan memiliki kinerja baik, sehingga dapat mempengaruhi tinggi atau rendahnya nilai perusahaan yang tercermin dari harga saham. Bagi perusahaan yang telah *go public*, memaksimalkan nilai perusahaan dapat tercermin dari harga saham yang tinggi (Sujoko dan Subiantoro 2007). Nilai perusahaan menjadi penting karena dapat menggambarkan keadaan perusahaan, dengan baiknya nilai perusahaan maka calon investor akan memandang baik perusahaan tersebut karena nilai perusahaan yang tinggi mencerminkan kinerja perusahaan yang baik. Hal tersebut akan mempengaruhi para pemegang saham agar tetap mempertahankan investasinya dan menarik calon investor baru untuk menanamkan investasinya kepada perusahaan (Ilmiani dan Sutrisno 2013).

Nilai perusahaan dapat menggambarkan prospek serta harapan akan kemampuan dalam meningkatkan kekayaan perusahaan di masa mendatang. Nilai perusahaan didefinisikan sebagai persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham (Kusumajaya 2011). Tingginya nilai perusahaan mengindikasikan bahwa kinerja perusahaan baik dan perusahaan dalam kondisi laba. Perusahaan tentunya akan memaksimalkan laba yang didapat dengan berbagai cara. Salah satu cara yang umum dilakukan adalah dengan menekan beban biaya sebesar mungkin agar tetap mendapatkan laba. Salah satu

strategi untuk menekan biaya adalah dengan *tax avoidance* atau dengan melakukan *tax management*.

Pajak merupakan sumber penerimaan utama pemerintah yang digunakan oleh pemerintah untuk membangun infrastruktur, fasilitas publik, serta pembangunan pendidikan dan masyarakat. Berdasarkan Undang-Undang No.28 Tahun 2007 menyatakan bahwa pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara. Semakin besar pajak yang diterima oleh pemerintah maka akan semakin baik fasilitas yang didapatkan oleh masyarakat, hal tersebut berbanding terbalik dengan perusahaan, jika pembayaran pajak perusahaan besar maka dapat mengurangi pendapatan laba yang seharusnya diperoleh perusahaan, karena pajak merupakan beban yang wajib dikeluarkan oleh perusahaan. Maka dari itu perlu adanya suatu upaya perencanaan pajak yang dilakukan untuk meminimalisir pembayaran pajak. Salah satu upaya untuk meminimalisir beban pajak yang dapat secara legal dilakukan adalah dengan melakukan *tax avoidance* atau disebut juga dengan penghindaran pajak. Upaya penghindaran pajak sering dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan untuk mendapatkan efisiensi dari beban pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan (Kreshna dan Kompyurini 2016).

Tax avoidance adalah hal yang tidak diinginkan oleh pemerintah karena dianggap merugikan dan mengurangi pemasukan negara, tetapi tindakan penghindaran pajak tergolong legal dan tidak melanggar hukum karena teknik dan metode yang digunakan adalah dengan memanfaatkan kelemahan-kelemahan yang

terdapat di dalam undang-undang dan peraturan perpajakan yang berlaku (Pohan 2013). Tindakan penghindaran pajak secara umum merupakan tindakan yang legal karena merupakan salah satu bentuk dari kegiatan *tax management* yang dilakukan oleh perusahaan untuk menekan beban pajak sebesar mungkin yang dilakukan dengan cara memanfaatkan celah-celah hukum atau disebut juga dengan *tax loopholes* karena terdapat beberapa kesenjangan di dalam sebuah ketentuan pajak (Saptono 2013). Dalam buku-buku perpajakan banyak membahas tentang metode penghindaran pajak atau *tax avoidance*, salah satu metode yang bisa digunakan adalah dengan melakukan *transfer pricing*.

Banyaknya perusahaan yang melakukan tindakan penghindaran pajak menyebabkan *tax ratio* dari tahun ke tahun mengalami penurunan, bahkan penyerapan pajak tahunan tidak dapat mencapai target. Hal ini disebabkan oleh banyak faktor, salah satunya adalah lesunya pembayaran pajak dari sektor pertambangan. Menurut data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (2018), selama tahun 2014-2018 industri pertambangan batu bara dan lignit rata-rata menyumbang 2,3% terhadap produk domestik bruto (PDB) per tahunnya atau ekuivalen dengan Rp 235 triliun. Dengan nilai ekonomi yang dihasilkan oleh industri pertambangan, maka penerimaan pajak dari sektor pertambangan seharusnya menjadi penyumbang besar terhadap APBN, tetapi data dari kementerian keuangan menunjukkan bahwa kontribusi pajak dari sektor pertambangan sangat minim, pada 2016 penerimaan pajak dari sektor pertambangan hanya sebesar 3,9% sementara *tax ratio* nasional pada tahun 2016 sebesar 10,4%.

Penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan khususnya perusahaan sektor pertambangan yang paling sering terjadi adalah dengan menggunakan metode *transfer pricing*. Salah satu perusahaan pertambangan di Indonesia yang diduga melakukan praktek penghindaran pajak melalui metode *transfer pricing* adalah PT ADARO. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari laporan Global Witness (2017) menyatakan bahwa PT ADARO terindikasi melakukan praktik *transfer pricing* sejak tahun 2009 untuk mengurangi beban pajak yang harus dibayarkan kepada pemerintah Indonesia, skema penghindaran pajak yang dilakukan PT ADARO adalah mendirikan anak perusahaan di Singapura yang merupakan salah satu negara dengan tingkat pajak rendah yaitu sebesar 18%, lebih rendah dari Indonesia yang sebesar 25%. PT ADARO menjual hasil batu bara ke anak perusahaannya di Singapura yaitu Coaltrade Service International Pte.Ltd dengan harga di bawah standar pasar global untuk mengurangi penjualan yang ada di Indonesia. Coaltrade akan menjual kembali batu bara yang dibeli dari PT ADARO dengan harga tinggi ke pasar global. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari (Wareza 2019), dengan menggunakan skema ini PT ADARO diduga mampu menghemat pembayaran pajak kepada pemerintah Indonesia kira-kira sebesar US\$ 125 juta tiap tahunnya, meskipun PT ADARO tetap menjadi salah satu perusahaan yang tergolong taat pajak dan salah satu perusahaan yang membayar pajak besar di Indonesia yaitu sebesar US\$378 juta. Ditjen pajak tidak memberikan sanksi dan tidak melakukan pemeriksaan terhadap PT ADARO meskipun skema penghindaran pajak yang dilakukan PT ADARO telah diungkap oleh Global Witness.

Dalam menjalankan proses bisnisnya, perusahaan tentu saja memiliki orientasi untuk memperoleh laba dengan maksimal dan memenuhi keinginan para pemegang saham (*shareholder*) dan menarik investor baru untuk mempertahankan kegiatan usahanya. Tetapi perusahaan pada dasarnya memiliki tanggungjawab dan memiliki kewajiban atas seluruh aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan terhadap seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*) perusahaan. Karena kegiatan perusahaan pasti menimbulkan berbagai macam dampak baik secara ekonomi, sosial maupun lingkungan. Demi menjaga hubungan baik dengan para pemangku kepentingan (*stakeholder*) dan memenuhi kewajibannya dalam rangka pemenuhan tanggung jawab terhadap aspek sosial, ekonomi dan lingkungan maka perusahaan perlu membuat kegiatan yang dikenal juga dengan nama *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pengungkapan CSR dapat memberikan keuntungan tersendiri bagi perusahaan dalam hal pendanaan yang didasarkan atas kecenderungan investor untuk berinvestasi pada perusahaan yang memiliki etika bisnis yang baik, praktik terhadap karyawan yang baik, peduli terhadap dampak lingkungan dan memiliki tanggung jawab sosial perusahaan dengan *stakeholder* didasarkan pada pemikiran bahwa perusahaan dengan kriteria di atas memiliki kemampuan komunikasi yang baik dengan *stakeholder*, serta memiliki visi yang jauh ke depan (Patten 1990). Setiap perusahaan yang melakukan kegiatan CSR perlu membuat laporan keberlanjutan sebagai pengungkapan dari kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan agar para pemangku kepentingan (*stakeholder*) dapat mengetahui bahwa perusahaan memperhatikan lingkungan sekitarnya dan berkontribusi pada

aspek ekonomi, sosial maupun lingkungan sekitar perusahaan beroperasi. *Stakeholders* memiliki kriteria kepuasan yang berbeda-beda terhadap perusahaan (Certo 2006). Jika seluruh pemangku kepentingan merasa puas terhadap kinerja perusahaan yang baik dalam aspek kinerja keuangan maupun dalam aspek tanggung jawab sosial, perusahaan memiliki kesempatan yang tinggi untuk beroperasi lebih lama dan mempertahankan perusahaannya, hal ini dapat mempengaruhi nilai perusahaan pada pasar saham karena selain memiliki kinerja bisnis yang baik dan memperoleh laba yang banyak, perusahaan dapat dipandang baik dan bertanggungjawab terhadap aspek sosial dan lingkungan. Sehingga, peningkatan reputasi perusahaan dapat terwujud apabila perusahaan dapat menyesuaikan diri dengan kepentingan seluruh *stakeholder*-nya (Dickinson et al. 2010).

Pengungkapan CSR yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 pasal 74 ayat (1) yang menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Sanksi pidana mengenai pelanggaran CSR pun terdapat di dalam Undang-undang Nomor 23 Tahun 1997 pasal 41 dan 42 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup. Selain sebagai strategi bisnis untuk bertanggung jawab terhadap sosial dan lingkungan, kegiatan CSR juga merupakan sarana agar aktivitas perusahaan tidak menuai protes dari kalangan masyarakat sekitar guna keberlangsungan usaha perusahaan karena dengan mengadakan program CSR dapat dipandang memperhatikan masyarakat sekitar sehingga tidak mengalami penolakan dari masyarakat.

Pengungkapan CSR dan pelaksanaan programnya juga dapat digunakan oleh perusahaan untuk memaksimalkan nilai perusahaan dengan cara melakukan mengungkapkan biaya dari aktivitas dan program CSR. Adapun tanggung jawab sosial atau dapat disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan komitmen perusahaan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan sosial dan lingkungan yang bermanfaat, dan baik bagi perusahaan maupun seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*). Hubungan CSR dengan nilai perusahaan dapat dijelaskan bahwa CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan kepada seluruh *stakeholder*. Nilai perusahaan salah satu bentuk penilaian investor terhadap perusahaan. Dengan demikian, perusahaan yang melakukan kegiatan pertanggung jawaban sosial dapat meningkatkan nilai perusahaannya karena dapat dipandang baik oleh seluruh *stakeholders* perusahaan termasuk investor dan calon investor.

Semakin besar ukuran perusahaan, maka perusahaan tersebut akan semakin mudah dalam memperoleh sumber dana. Dana tersebut kemudian akan dikelola oleh pihak manajemen untuk meningkatkan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Semakin besar ukuran suatu perusahaan maka akan meningkatkan kesempatan perusahaan untuk memperoleh laba yang besar yang dapat diperoleh perusahaan (Hermi 2014), hal ini juga mempengaruhi pajak yang dibayarkan oleh perusahaan. Salah satu faktor yang merupakan faktor penentu dalam meningkatkan nilai perusahaan suatu perusahaan adalah ukuran perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka produktivitas perusahaan akan semakin

besar dan meningkatkan pendapatan yang dihasilkan oleh perusahaan. Ukuran perusahaan adalah skala atau nilai yang dapat digunakan untuk mengklasifikasikan suatu perusahaan ke dalam kategori besar atau kecil berdasarkan total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin besar total aset mengindikasikan semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut (Ferry dan Jones 1979). Semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka transaksi yang dilakukan oleh perusahaan akan menjadi semakin kompleks sehingga dapat membuat peningkatan penjualan perusahaan, sehingga dapat menarik minat calon investor untuk membeli saham perusahaan karena investor memandang besarnya perusahaan yang dapat menunjang produktivitas perusahaan sehingga dapat menghasilkan laba yang besar dan mampu memberikan *return* sesuai dengan yang telah diharapkan.

Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) merupakan salah satu rasio keuangan yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, merupakan cerminan dari keberhasilan operasional perusahaan di periode masa lalu dan dapat dijadikan prediksi pertumbuhan dimasa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisinya di dalam industri dan dalam perkembangan ekonomi (Sinaga dkk 2019). Dengan rasio pertumbuhan penjualan yang baik maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan dari perusahaan selalu bertambah setiap tahunnya, hal ini dapat menarik minat investor dan calon investor untuk membeli saham perusahaan, sehingga harga saham dapat naik karena banyaknya permintaan dari investor untuk membeli saham perusahaan. Nilai perusahaan yang tercermin dari harga saham yang baik dapat membuat citra

baik perusahaan terhadap pasar, sehingga mendapatkan respon yang baik dari investor.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang meneliti tentang nilai perusahaan, seperti penelitian yang telah dilakukan oleh Herdiyanto dan Ardiyanto (2015), Harventy (2016) tentang pengaruh *tax avoidance* terhadap nilai perusahaan mendapatkan hasil bahwa tindakan *tax avoidance* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Desai dan Dharmapala (2009) tentang *corporate tax avoidance and firm value* dan penelitian yang dilakukan oleh Wardani dan Juliani (2018) tentang pengaruh *tax avoidance* terhadap nilai perusahaan dengan *corporate governance* sebagai variabel pemoderasi mendapatkan hasil bahwa tindakan *tax avoidance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Bawafi dan Prasetyo (2015) tentang pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi, serta penelitian yang dilakukan oleh Putra, Kristanti dan Yudowati (2017) tentang pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating dan penelitian Murnita dan Putra (2018) tentang pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas dan leverage sebagai variabel moderasi mendapatkan hasil bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Wibowo dan Sabillolah (2016) tentang pengaruh pengungkapan *corporate social repsonsibility* terhadap nilai perusahaan

mendapatkan hasil bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Pantow, Murni dan Trang (2015) tentang analisa pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, return on asset, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan serta penelitian lain yang dilakukan oleh Wahyudi, Chuzaimah dan Sugiarti (2016) tentang pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, kebijakan dividen dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan, dan penelitian yang dilakukan oleh Hertina, Hidayat dan Mustika (2019) tentang ukuran perusahaan, kebijakan hutang dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan mendapatkan hasil bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pratama dan Wiksuana (2016) tentang pengaruh ukuran perusahaan dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi mendapatkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Hansen dan Juniarti (2014) tentang pengaruh *family control*, *size*, *sales growth* dan leverage terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan mendapatkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Nirmala dan Andarwati (2016) tentang pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, pertumbuhan penjualan dan kepelimikan manajerial terhadap struktur modal dan nilai perusahaan mendapatkan hasil bahwa ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh

Huang dan Song (2004) tentang *the determinants of capital structure* mendapatkan hasil bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan paparan di atas, terdapat perbedaan sudut pandang dan perbedaan hasil tentang variabel-variabel yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Adanya inkonsistensi antara variabel-variabel yang ada mendorong penulis untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Tax Avoidance*, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan”.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah, maka beberapa permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah:

1. Apakah *Tax Avoidance* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
4. Apakah Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis pengaruh tindakan *Tax Avoidance* terhadap Nilai Perusahaan.

2. Untuk menganalisis pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.
3. Untuk menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.
4. Untuk menganalisis pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, maka penelitian ini bermanfaat untuk:

1. Bagi civitas akademika, penelitian ini bertujuan untuk menambah pengetahuan tentang pengaruh dari tindakan *Tax Avoidance*, pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan
2. Bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan *Tax Avoidance*, pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan.
3. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk menyusun kebijakan-kebijakan oleh manajemen perusahaan dalam rangka pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan strategi

dalam penghindaran pajak dalam rangka memaksimalkan nilai perusahaan.

4. Bagi investor, penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi sebagai pertimbangan dalam keputusan investasi.

1.5 SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang uraian dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan juga sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang uraian dari landasan teori, penelitian-penelitian terdahulu, serta variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu variabel Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan *Tax Avoidance*.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang uraian populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data penelitian, teknik pengumpulan data penelitian, definisi serta pengukuran variabel penelitian, dan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang uraian atas deskripsi objek dari penelitian, analisis data penelitian, dan interpretasi hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini membahas tentang uraian atas kesimpulan dari hasil analisis penelitian yang telah dilakukan dan saran untuk peneliti selanjutnya.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 LANDASAN TEORI

Bab ini membahas tentang teori-teori yang akan digunakan sebagai dasar untuk mendukung penelitian yang akan dilakukan yaitu dengan menggunakan teori *stakeholder*, teori agensi dan teori legitimasi. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *tax avoidance*, pengungkapan CSR, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan. Sedangkan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *tax avoidance*. Pada bagian ini juga menjelaskan tentang penelitian terdahulu yang menjadi dasar dalam pengembangan hipotesis, dan kerangka penelitian.

2.1.1 *Stakeholders Theory* (Teori Stakeholder)

Teori stakeholder menyatakan bahwa tujuan perusahaan melaksanakan operasinya tidak hanya untuk kepentingan perusahaan itu sendiri, melainkan juga memberi manfaat kepada para stakeholder perusahaan (Riantani dan Nurzamzam 2015). Menurut teori stakeholder, perusahaan bukan entitas yang beroperasi untuk kepentingan perusahaan sendiri, melainkan operasi perusahaan seharusnya dapat memberikan manfaat bagi seluruh stakeholder yang dimiliki oleh perusahaan (Ghozali dan Chariri 2007). Keberadaan dari perusahaan akan dipengaruhi dengan adanya dukungan-dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan. Untuk menjalin hubungan baik dan menjaga hubungan dengan para *stakeholder* perusahaan, maka perusahaan sebaiknya menjalankan program CSR dan mengungkapkan *sustainability report* yang berisi informasi mengenai kinerja

ekonomi, sosial dan lingkungan perusahaan. Pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan diharapkan mampu untuk memenuhi seluruh kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh *stakeholder* agar mendapatkan dukungan yang berpengaruh terhadap keberlangsungan hidup perusahaan (Marwah 2016)

2.1.2 *Agency Theory* (Teori Agensi)

Agency Theory atau teori keagenan menjelaskan tentang pemisahan antara fungsi pengelolaan yang dijalankan oleh manajer dengan fungsi kepemilikan oleh pemegang saham dalam suatu perusahaan. Hubungan keagenan adalah suatu kontrak dimana satu atau beberapa orang (pemberi kerja atau *principal*) mempekerjakan orang lain (agen) untuk melaksanakan sejumlah jasa mendelegasikan wewenang untuk mengambil keputusan kepada agen itu (Jensen dan Meckling 1976). Hubungan agensi akan muncul ketika ada satu atau lebih orang yang mempekerjakan orang lain untuk memberikan jasa dan mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agen tersebut (Patten 1990).

Teori agensi menjelaskan masalah keagenan atau *agency problems* yang sering muncul karena adanya perbedaan informasi yang dimiliki antara manajemen dengan pemegang saham, manajemen cenderung memiliki informasi yang lebih banyak daripada pemegang saham, sedangkan pemegang saham juga membutuhkan informasi yang cukup untuk mengambil keputusan investasi terhadap perusahaan (Suseno 2012). Secara umum agen menginginkan kemakmuran untuk dirinya sendiri, sebagai pengelola perusahaan mereka memiliki keuntungan lebih karena mereka lebih mengetahui kondisi terbaru dari perusahaan

saat ini dan dapat menentukan tindakan yang paling tepat untuk perusahaan dimasa depan. Sedangkan pemilik saham hanya mengetahui keadaan perusahaan melalui media laporan keuangan yang diterbitkan oleh agen pada akhir periode. Mereka tidak terlibat secara langsung dalam kegiatan perusahaan sehingga tidak mengetahui kegiatan yang berpotensi tidak menimbulkan keuntungan untuk mereka. Agen memiliki tanggung jawab untuk menyenangkan pemilik saham dengan cara memberikan pengembalian keuangan yang baik atas investasi yang telah mereka lakukan. Tetapi kewajiban perusahaan untuk membayar pajak sering menimbulkan konflik bagi para manajer. Sebagai sebuah perusahaan yang memiliki tingkat operasional tinggi diiringi pula dengan penerimaan yang tinggi pula, semakin tinggi penerimaan maka semakin banyak pula beban pajak yang harus dibayarkan kepada negara. Dengan asumsi pemilik saham hanya tertarik pada pengembalian keuangan, maka pengurangan penerimaan perusahaan sebagai dampak pembayaran pajak sudah bisa dipastikan bukan sesuatu yang diharapkan oleh para pemilik saham.

2.1.3 *Legitimacy Theory* (Teori Legitimasi)

Legitimasi dapat dianggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas adalah merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan. Dalam perspektif teori legitimasi, suatu perusahaan akan secara sukarela melaporkan aktivitasnya jika manajemen menganggap bahwa hal ini adalah yang diharapkan komunitas (Deegan 2000). Menurut Ghazali dan Chariri (2007), sebagai dasar dari teori legitimasi adalah adanya kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dan

masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Legitimasi dianggap sebagai hal yang penting bagi perusahaan dikarenakan legitimasi masyarakat kepada perusahaan dianggap dapat menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan ke depan. Dengan demikian legitimasi memiliki manfaat untuk mendukung keberlangsungan hidup suatu perusahaan.

Legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah individu dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengutamakan keberpihakan atau kepentingan masyarakat. Operasi perusahaan harus sesuai dengan harapan dari masyarakat. Ketika terjadi pergeseran yang menuju ketidaksesuaian, maka pada saat itu legitimasi perusahaan dapat terancam. Dasar pemikiran teori ini adalah organisasi atau perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri. Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan menggunakan laporan tahunan mereka untuk menggambarkan kesan tanggung jawab lingkungan, sehingga mereka diterima oleh masyarakat.

2.1.4 Nilai Perusahaan

Menurut Sartono (2008), nilai perusahaan pada umumnya diartikan sebagai harga yang bersedia dibayarkan oleh calon investor seandainya suatu perusahaan akan dijual. Pada umumnya, nilai perusahaan akan tercermin dari harga saham. Harga saham dapat ditentukan melalui nilai nominal saham, nilai perdana saham,

harga saham pembukaan (*opening price*), nilai pasar saham, dan harga saham penutupan (*closing price*). Meningkatnya nilai perusahaan merupakan cerminan dari pertumbuhan perusahaan yang merupakan salah satu tujuan perusahaan pada umumnya. Semakin tinggi harga saham yang dimiliki oleh perusahaan menandakan bahwa semakin tinggi tingkat pengembalian kepada investor, hal itu berarti semakin tinggi juga nilai perusahaan terkait dengan tujuan dari perusahaan itu sendiri, yaitu untuk memaksimalkan kemakmuran dari seluruh pemegang saham (Gultom dan Syarif, 2008).

2.1.5 Tax Avoidance

Tax avoidance merupakan suatu kegiatan perencanaan transaksi oleh manajemen perusahaan dalam rangka meminimalkan beban pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan dengan cara memanfaatkan celah-celah hukum yang ada pada peraturan perpajakan dan tidak melanggar ketentuan-ketentuan hukum yang berlaku. *Tax avoidance* adalah suatu cara untuk melakukan tindakan penghematan pajak perusahaan yang dapat timbul dengan cara memanfaatkan ketentuan pajak yang berlaku dan dalam pelaksanaannya dilakukan secara legal untuk meminimalisir kewajiban pajak perusahaan. *Tax avoidance* adalah perencanaan pajak yang dilakukan secara legal dengan cara mengecilkan objek pajak yang menjadi dasar pengenaan pajak yang masih sesuai dengan ketentuan perundang-undangan pajak yang berlaku (Halim 2014). Merupakan suatu usaha meringankan beban pajak dengan tidak melanggar undang-undang (Mardiasmo 2008). Ronen Palan (2008) menyebutkan bahwa suatu transaksi diindikasikan sebagai *tax avoidance* jika terdapat salah satu tindakan sebagai berikut:

- 1) Wajib Pajak berusaha untuk membayar pajak lebih sedikit dari yang seharusnya terutang dengan memanfaatkan kewajaran interpretasi hukum pajak.
- 2) Wajib Pajak berusaha agar pajak dikenakan atas keuntungan yang di laporkan bukan atas keuntungan yang sebenarnya diperoleh.
- 3) Wajib Pajak mengusahakan penundaan pembayaran pajak.

Dengan melakukan perencanaan pajak dengan baik maka tidak terjadi pelanggaran hukum oleh perusahaan, meskipun perusahaan melakukan tindakan penghematan pajak dengan cara menghindari transaksi-transaksi yang memiliki potensi terkena pajak sehingga dapat menghindari dari beban pajak yang lebih besar atau tidak kena pajak sama sekali. Meskipun bukan tindakan yang melawan hukum, *tax avoidance* tetap memiliki dampak yang besar terhadap penerimaan pajak pemerintah. Pendanaan dari sektor pajak akan berkurang dalam jumlah yang tidak sedikit, sekalipun pihak – pihak yang terindikasi melakukan pengurangan pajak diketahui pemerintah, tetapi pemerintah tidak bisa menuntut karena tindakan mereka tidak melanggar hukum dan peraturan yang berlaku. *Tax avoidance* sendiri merupakan salah satu perlawanan pajak secara aktif selain *tax evasion* dan melalaikan pajak. Menurut Santoso dan Rahayu (2016), *tax avoidance* dilakukan dengan tiga cara :

1. Menahan diri, yaitu wajib pajak menahan diri dari melakukan kegiatan yang menyebabkan dirinya dikenakan pajak dengan cara menunda pendapatan.

2. Memindahkan lokasi, yaitu wajib pajak memindahkan lokasi usaha atau domisili dari lokasi yang tarif pajaknya tinggi ke yang lebih rendah. Umumnya dilakukan menggunakan metode *transfer pricing*.
3. Penghindaran secara yuridis, yaitu perbuatan dengan cara sedemikian rupa sehingga perbuatan-perbuatan yang dilakukan tidak terkena pajak. Biasanya dilakukan dengan memanfaatkan kekosongan atau ketidakjelasan undang-undang.

2.1.6 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR Disclosure)

Berdasarkan undang-undang yang mengatur tentang pengungkapan CSR yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 pasal 74 ayat (1) yang menyatakan bahwa perseroan yang dalam proses bisnisnya menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan penggunaan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Sanksi pidana mengenai pelanggaran CSR pun telah terdapat di dalam Undang-undang Nomor 23 Tahun 1997 pasal 41 dan 42 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup.

Tanggung jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah konsep yang menyatakan bahwa suatu organisasi atau perusahaan memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh *stakeholders*. *Stakeholder* yang dimiliki oleh perusahaan antaranya adalah pemegang saham, konsumen, karyawan, masyarakat sekitar lokasi perusahaan, pemerintah, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang di dalamnya mencakup aspek sosial, ekonomi dan lingkungan. Oleh sebab itu, kegiatan CSR memiliki hubungan yang erat dengan pembangunan berkelanjutan,

yaitu suatu organisasi, terutama perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya dan menjalankan bisnisnya harus mendasarkan keputusannya berdasarkan dampaknya dalam aspek ekonomi, misalnya tingkat keuntungan atau dividen dan juga harus menimbang dampak sosial dan lingkungan yang timbul dari keputusannya itu, baik untuk jangka pendek maupun untuk jangka yang panjang. CSR dapat dikatakan sebagai bagian dari kontribusi perusahaan terhadap tujuan pembangunan yang berkelanjutan dengan cara manajemen dampak, yaitu meminimalisir dampak negatif dari perusahaan dan memaksimalkan dampak positif terhadap seluruh pemangku kepentingan perusahaan. Menurut The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan. Berdasarkan standar GRI (Global Reporting Index) yang memuat indikator pengungkapan CSR, terdapat tiga fokus pengungkapan, yaitu:

a. Ekonomi

Keberlanjutan suatu organisasi berdampak pada kondisi ekonomi dari *stakeholder* dan sistem ekonomi pada tingkat lokal, nasional maupun pada tingkat global. Indikator ekonomi menggambarkan arus modal di berbagai pemangku kepentingan dan dampak ekonomi utama dari organisasi. Pada indikator kinerja ekonomi total item pengungkapan berjumlah 9 item.

b. Lingkungan

Lingkungan menyangkut keberlanjutan organisasi yang memiliki dampak pada kehidupan di alam, termasuk di dalamnya adalah ekosistem, air, udara, energi dan tanah. Indikator kinerja lingkungan terkait dengan output adalah mengenai emisi/gas, limbah sungai, limbah kering/sampah dan input adalah bahan, air dan energy. Pada indikator kinerja lingkungan total item pengungkapan berjumlah 30 item.

c. Sosial

Indikator kinerja sosial GRI mengidentifikasi kunci aspek kinerja yang meliputi praktik ketenagakerjaan/pengelolaan sdm, hak asasi manusia, masyarakat sekitar, kehidupan sosial budaya, dan tanggung jawab terhadap produk yang dihasilkan. Pada indikator kinerja sosial, terdapat 40 item yang perlu diungkapkan, terdiri dari tenaga kerja sebanyak 14 item, hak asasi manusia sebanyak 9 item, sosial sebanyak 8 item, dan tanggung jawab produk sebanyak 9 item.

2.1.7 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan suatu penetapan besar kecilnya skala perusahaan yang digunakan untuk mengukur besar atau kecilnya perusahaan (Aryani 2011). Semakin besar total asset yang dimiliki oleh perusahaan maka menunjukkan harta yang dimiliki perusahaan, serta mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut tergolong perusahaan yang berskala besar. Sebaliknya jika semakin kecil total asset yang dimiliki oleh perusahaan menandakan bahwa perusahaan tersebut tergolong perusahaan berskala kecil. Besarnya total asset yang

dimiliki oleh perusahaan menunjukkan bahwa semakin besar harta yang dimiliki perusahaan, sehingga investor menganggap akan semakin aman dalam melakukan investasi ke perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan dapat diukur menggunakan total asset yang dimiliki oleh perusahaan, selain dengan menggunakan total asset yang dimiliki oleh perusahaan, total penjualan yang dihasilkan dari penjualan perusahaan juga dapat mencerminkan ukuran suatu perusahaan. Semakin banyak penjualan yang dilakukan perusahaan maka semakin banyak pendapatan yang diperoleh perusahaan, banyaknya penjualan yang berhasil dicapai oleh perusahaan mencerminkan peningkatan produksi dari perusahaan yang memiliki sumber daya yang besar dan kinerja penjualan yang baik. Ukuran perusahaan diwakili dengan total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan pada setiap tahun (Suryaputri dan Astuti 2003). Ukuran perusahaan yang diukur dengan asset perusahaan menunjukkan seberapa besar harta yang dimiliki perusahaan. Pada penelitian ini, untuk mengukur ukuran perusahaan menggunakan total asset yang dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan dengan total asset yang besar akan menggunakan sumber daya yang ada semaksimal mungkin untuk menghasilkan keuntungan yang maksimal.

2.1.8 Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan atau *sales growth* adalah perubahan baik peningkatan maupun penurunan persentase penjualan perusahaan dari tahun ke tahun, yang diukur dengan melakukan perbandingan antara penjualan tahun berjalan atau tahun sekarang yang dikurangi dengan penjualan tahun sebelumnya dan dibagi oleh penjualan tahun sebelumnya. Analisis pertumbuhan penjualan menjadi salah satu cara bagi perusahaan untuk menentukan strategi apa yang akan

dilakukan oleh perusahaan di masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan merupakan cerminan dari keberhasilan perusahaan dalam menjalankan proses bisnisnya, dengan menggunakan pertumbuhan penjualan perusahaan dapat melakukan prediksi terhadap profit yang akan didapatkan oleh perusahaan pada masa yang akan datang dengan besarnya pertumbuhan penjualan (Deitiana 2011).

Pertumbuhan penjualan yang semakin meningkat menandakan bahwa perusahaan dapat memanfaatkan seluruh sumber dayanya dengan baik dan memiliki kinerja yang baik sehingga meningkatkan pendapatan perusahaan. Meningkatnya penjualan berarti meningkatkan profitabilitas perusahaan sehingga meningkatkan laba yang didapatkan oleh perusahaan. Dengan menggunakan perhitungan pertumbuhan penjualan dapat mempermudah perusahaan untuk memprediksi laba yang akan di dapatkan di masa yang akan datang. Peningkatan pertumbuhan penjualan cenderung akan meningkatkan laba yang didapatkan oleh perusahaan, sehingga pertumbuhan penjualan dapat menjadi salah satu faktor yang mendorong untuk melakukan praktik penghindaran pajak guna memaksimalkan laba yang didapatkan (Dewinta dan Setiawan 2016).

2.2 PENELITIAN TERDAHULU

Beberapa penelitian yang berkaitan dengan nilai perusahaan dijabarkan dalam tabel 2.1 di bawah ini :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
1	Huang dan Song (2004)	The Determinants of Capital Structure: Evidence from China. Journal of Financial Economics	Dependen : Nilai Perusahaan Independen : Sales Growth	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan
2	Desai dan Dharmapala (2009)	<i>Corporate tax avoidance and firm value</i>	Dependen : Nilai Perusahaan Independen : Tax Avoidance	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa tax avoidance tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
3	Hansen dan Juniarti (2014)	Pengaruh Family Control, Size, Sales Growth, Dan Leverage Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan Pada Sektor Perdagangan, Jasa, Dan Investasi	Dependen : Nilai Perusahaan Independen : Ukuran Perusahaan, Sales Growth	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu Lanjutan

4	Herdiyanto dan Ardiyanto (2015)	Pengaruh Tax Avoidance terhadap Nilai Perusahaan	<p>Dependen : Nilai Perusahaan</p> <p>Independen : Tax Avoidance</p>	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa tax avoidance berpengaruh terhadap nilai perusahaan, tax avoidance yang dilakukan dapat meningkatkan nilai perusahaan
5	Bawafi dan Prasetyo (2015)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi Pada Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2012-2014	<p>Dependen : Nilai Perusahaan</p> <p>Independen : Pengungkapan CSR</p>	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
6	Pantow, Murni, dan Trang, (2015)	Analisa Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Return On Asset, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Yang Tercatat Di Indeks Lq 45	<p>Dependen : Nilai Perusahaan</p> <p>Independen : Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan</p>	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu Lanjutan

7	Harventy (2016)	Pengaruh Tax Avoidance terhadap Nilai Perusahaan	<p>Dependen : Nilai Perusahaan</p> <p>Independen : Tax Avoidance</p>	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa tax avoidance berpengaruh signifikan negatif, semakin tinggi tindakan tax avoidance maka nilai perusahaan akan semakin rendah
8	Wibowo dan Sabillolah (2016)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan Pada Pertambangan Dan Industri Dasar Dan Kimia di BEI Tahun 2009-2013	<p>Dependen : Nilai Perusahaan</p> <p>Independen : Pengungkapan CSR</p>	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa Pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
9	Pratama dan Wiksuana (2016)	Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi	<p>Dependen : Nilai Perusahaan</p> <p>Independen : Ukuran Perusahaan</p>	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu Lanjutan

10	Wahyudi, Chuzaimah dan Sugiarti (2016)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan LQ-45 di BEI tahun 2010-2014	Dependen : Nilai Perusahaan Independen : Ukuran Perusahaan	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
11	Nirmala dan Andarwati (2016)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan dan Kepemilikan Manajerial terhadap Struktur Modal dan Nilai Perusahaan Manufaktur di Indonesia (Perspektif Pecking Order Theory)	Dependen : Nilai Perusahaan Independen : Ukuran Perusahaan, Sales Growth	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan
12	Putra, Kristanti, dan Yudowati, (2017)	Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating	Dependen : Nilai Perusahaan Independen : Pengungkapan CSR	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa pengungkapan csr berpengaruh terhadap nilai perusahaan
13	Murnita dan Putra (2018)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Dan Leverage Sebagai Variabel Pemoderasi Pada Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2014-2016	Dependen : Nilai Perusahaan Independen : Pengungkapan CSR	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa Pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu Lanjutan

14	Wardani dan Juliani (2018)	Pengaruh Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi	Dependen : Nilai Perusahaan Independen : Tax Avoidance	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa tax avoidance tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
15	Fadillah (2018)	Pengaruh Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Institusional Sebagai Variabel Moderasi	Dependen : Nilai Perusahaan Independen : Tax Avoidance	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa tax avoidance tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
16	Rumajar (2018)	Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi	Dependen : Nilai Perusahaan Independen : Pengungkapan CSR, ukuran perusahaan	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa pengungkapan csr berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu Lanjutan

17	Dewi dan Sujana, (2019)	Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, dan Risiko Bisnis terhadap Nilai Perusahaan	Dependen : Nilai Perusahaan Independen : Pertumbuhan Penjualan	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan
18	Hertina, Hidayat dan Mustika (2019)	Ukuran Perusahaan, Kebijakan Hutang, Dan Profitabilitas Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan	Dependen : Nilai Perusahaan Independen : Ukuran Perusahaan	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.3 PENGEMBANGAN HIPOTESIS PENELITIAN

2.3.1 Pengaruh *Tax Avoidance* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan teori agensi yang menyatakan bahwa adanya perbedaan kepentingan antara agen (manajemen) dengan pemilik saham dalam upaya mencapai tujuan, maka pihak agen perlu melakukan strategi agar tujuan dari perusahaan dapat terpenuhi, yaitu memaksimalkan laba yang didapatkan dan meningkatkan kemakmuran pemilik saham. Penghindaran pajak merupakan salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk menekan biaya dan memaksimalkan laba yang didapat. Investor cenderung menanamkan modalnya dengan melihat perusahaan yang memiliki laba bersih yang tinggi, sehingga memicu kenaikan harga saham. Manager perusahaan dituntut untuk memaksimalkan laba yang diperoleh perusahaan, salah satu cara yang dilakukan

adalah dengan melakukan tindakan penghindaran pajak. Dalam perspektif manager, penghindaran pajak tidak selalu diinginkan oleh pemegang saham karena akan menimbulkan biaya tambahan seperti biaya yang dikeluarkan untuk perencanaan pajak dan tambahan biaya kepatuhan (Wang 2010).

Penghindaran pajak perlu dilakukan oleh manajemen karena pajak merupakan unsur yang menjadi pengurang laba yang tersedia, baik laba untuk dibagikan kepada pemegang saham atau dividen maupun laba yang akan diinvestasikan kembali (Sartika dan Fidiana 2015). Maka dalam rangka memaksimalkan nilai perusahaan dengan cara memaksimalkan laba yang didapatkan, manajemen akan melakukan penghindaran pajak agar mendapatkan laba yang maksimal sehingga dapat menarik minat investor untuk membeli saham pada perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Herdiyanto dan Ardiyanto (2015) menghasilkan *tax avoidance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan pertimbangan diatas, dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1 : *Tax Avoidance* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

2.3.2 Pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan teori legitimasi yang menyatakan bahwa tindakan perusahaan kepada lingkungan dan masyarakat sekitar yang dapat menjadi faktor strategis bagi perkembangan perusahaan dan keberadaan perusahaan, maka penting untuk dilakukan program CSR untuk menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap sekitarnya. Perusahaan melakukan pengungkapan CSR

untuk mendapatkan penilaian positif dari masyarakat guna mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Menurut Susanto (2010:147) harga saham dapat dipengaruhi secara langsung dengan reputasi perusahaan. Penerapan CSR merupakan suatu bentuk dari pertanggung jawaban perusahaan kepada pihak eksternal dalam rangka memperbaiki kerusakan-kerusakan lingkungan yang ditimbulkan oleh aktivitas operasional perusahaan dan digunakan oleh perusahaan sebagai sarana untuk meningkatkan reputasi perusahaan. Selain sebagai suatu bentuk tanggung jawab dari perusahaan, pelaksanaan CSR juga diharapkan dapat membantu untuk meningkatkan citra perusahaan dan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan yang nantinya akan membuat nilai perusahaan menjadi baik di mata para investor dan calon investor.

Berdasarkan teori stakeholder yang menyatakan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh stakeholder dan menunjukkan kepada pihak mana saja perusahaan bertanggung jawab, maka melakukan kegiatan CSR diyakini dapat meningkatkan harga saham dan dapat mempengaruhi pasar karena menjadi pertimbangan dari para investor. Arimbawa dan Wirakusuma (2016:21), menyatakan bahwa harga saham dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR), profitabilitas perusahaan serta pembagian dividen. Oleh sebab itu, saat ini banyak perusahaan yang mulai menerapkan program CSR dan melakukan publikasi kegiatan CSR secara terbuka kepada masyarakat. Jika citra perusahaan di mata para *stakeholders*-nya baik maka dapat meningkatkan harga saham perusahaan menjadi naik, serta kepercayaan dari para investor dapat meningkat

menjadi lebih baik, sehingga harga saham yang tinggi mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi akibat dari pengungkapan CSR oleh perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Bawafi dan Prasetyo (2015) mendapatkan hasil pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan pertimbangan diatas, dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H2 : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

2.3.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan pada umumnya tercermin berdasarkan total aktiva atau total aset yang dimiliki oleh perusahaan, nilai dari pasar saham, rata-rata tingkat penjualan dan jumlah penjualan. Aset yang besar menunjukkan bahwa perusahaan lebih stabil dan lebih mampu dalam menghasilkan laba. Berdasarkan teori agensi, perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar dapat mengungkapkan informasi yang lebih luas, hal ini dapat dalam rangka mengurangi biaya keagenan yang dikeluarkan. Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan total aktiva perusahaan yang mengalami kenaikan dan lebih besar dibandingkan dengan jumlah hutang perusahaan (Pratama dan Wiksuana, 2016). Perusahaan yang memiliki ukuran yang lebih besar akan cenderung memiliki *public demand* atas informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berskala lebih kecil (Putri dkk, 2016).

Ukuran perusahaan adalah besar atau kecilnya skala suatu perusahaan yang dilihat dari total aktiva perusahaan pada neraca akhir tahun. Semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin besar keyakinan investor akan kemampuan

dalam memberikan tingkat pengembalian investasi. Hal ini dikarenakan semakin besar perusahaan, maka kondisi perusahaan tersebut berada dikondisi yang semakin stabil. Kestabilan tersebut menarik investor untuk memiliki saham perusahaan tersebut (Hertina dkk, 2019). Penelitian yang dilakukan oleh Pratama dan Wiksuana (2016) mendapatkan hasil bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan pertimbangan diatas, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3 : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

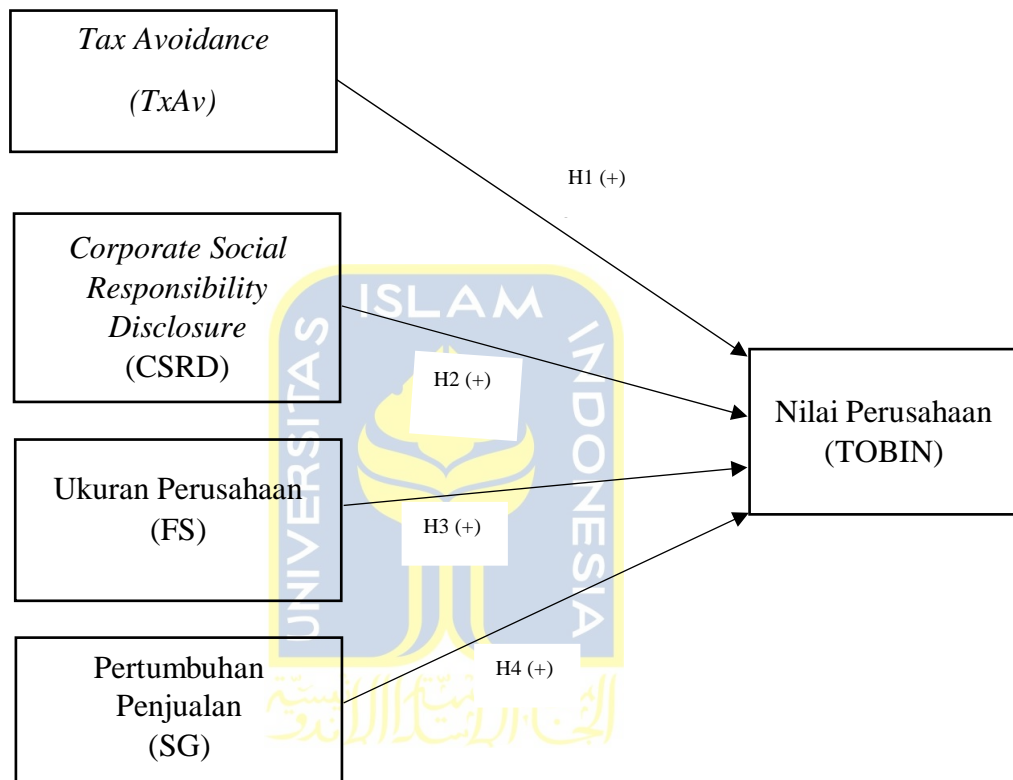
2.3.4 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

Semakin besar volume penjualan suatu perusahaan maka menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan dari perusahaan semakin meningkat. Meningkatnya penjualan dari perusahaan menyebabkan peningkatan laba yang didapatkan oleh perusahaan. Menggunakan rasio pengukuran pertumbuhan penjualan, maka perusahaan dapat memprediksi seberapa besar profit yang akan didapatkan oleh perusahaan dengan besarnya pertumbuhan penjualan (Deitiana 2011). Apabila pertumbuhan penjualan perusahaan dari tahun ke tahun semakin meningkat, maka laba perusahaan juga semakin meningkat. Sehingga pandangan investor terhadap perusahaan menjadi baik dan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya atau membeli saham perusahaan. Peningkatan minat dari investor karena melihat pertumbuhan penjualan yang baik dapat menyebabkan kenaikan harga saham sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Nirmala dan Andarwati (2016) mendapatkan hasil bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh positif terhadap nilai

perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H4 : Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

2.4 KERANGKA KONSEPTUAL



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan pertambangan dan perusahaan sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2018. Sampel penelitian dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Perusahaan yang dipilih menjadi sampel dalam penelitian ini memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut pada tahun 2014-2018.
2. Perusahaan sektor pertambangan yang menerbitkan laporan keuangan secara berturut-turut selama periode 2014-2018 dan telah diaudit.
3. Perusahaan sektor pertambangan yang tidak *delisting* atau tidak dalam kondisi *suspended* dalam periode waktu 2014-2018 secara berturut-turut.
4. Perusahaan sektor pertambangan yang tidak dalam kondisi rugi dalam periode waktu 2014-2018 secara berturut-turut.
5. Perusahaan sektor pertambangan yang membuat dan mengungkapkan laporan CSR pada tahun 2014-2018.

3.2 VARIABEL PENELITIAN

Variabel penelitian yang digunakan pada penelitian ini terdiri atas variabel dependen dan variabel independen. Variabel independen yang diteliti adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, ukuran perusahaan, nilai perusahaan dan pertumbuhan penjualan. Sedangkan variabel dependen yang diteliti adalah *tax avoidance*.

3.2.1 Variabel Dependen

a. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat diukur dengan harga saham karena tujuan investor untuk berinvestasi adalah mendapatkan keuntungan atau pengembalian yang tinggi dari investasi yang dilakukan dengan tingkat risiko tertentu (Prasetia dkk, 2014). Tobin's Q merupakan rasio dari nilai pasar asset perusahaan yang diukur oleh nilai pasar dari saham beredar dan hutang terhadap *replacement cost* dari aktiva perusahaan (Fiakas 2005). Nilai perusahaan diukur menggunakan rasio Tobin's Q. Alasan menggunakan rasio Tobin's Q karena rasio ini tidak hanya unsur saham biasa saja, namun juga memasukkan semua unsur utang dan modal saham perusahaan. Dengan melibatkan semua unsur utang dan modal saham perusahaan maka nilai perusahaan lebih konservatif daripada tidak melibatkan semua unsur tersebut (Sukamulja 2004).

Rumus perhitungan Tobin's Q adalah :

$$\text{Tobin's Q} = \frac{(\text{EMV} + \text{D})}{\text{TA}}$$

Keterangan :

EMV : Nilai pasar ekuitas (*closing price* saham akhir tahun dikalikan jumlah saham beredar akhir tahun)

TA : Nilai buku dari total aset

D : Nilai buku dari total liabilitas

3.2.2 Variabel Independen

a. *Tax Avoidance*

Tax avoidance diukur menggunakan *cash effective tax rate* (CETR). CETR merupakan rumus perhitungan pembayaran pajak secara kas dibagi dengan laba perusahaan sebelum pajak penghasilan. Perusahaan pertambangan dengan indeks CETR yang rendah diindikasikan melakukan tindakan *tax avoidance*. Rumus perhitungan CETR adalah :

$$\text{CETR} = \frac{\text{Cash tax paid}}{\text{Pre Tax income}}$$

Keterangan :

CETR : Cash Effective Tax Rate

Cash Tax Paid : pajak dibayar yang dibayar cash (didapatkan dari laporan arus kas)

Pre tax income : laba sebelum dikenakan pajak (didapatkan dari laporan laba rugi)

b. Pengungkapan CSR

Dalam penelitian ini item-item dalam pengungkapan CSR menggunakan indikator yang dikeluarkan oleh Global Reporting Initiatives (GRI) yang berjumlah 79 item, berdasarkan GRI G3 yang merupakan standar yang banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan di dunia. Indeks pengungkapan tanggung jawab social perusahaan (*Corporate Social Responsibility Disclosure*) adalah penjumlahan atas seluruh item-item CSR berdasarkan dengan indeks GRI yang diungkapkan di dalam laporan tahunan perusahaan dibagi dengan total item keseluruhan. Instrumen pengukuran CSR yang digunakan dalam penelitian ini mengacu kepada pengukuran yang digunakan oleh Sembiring (2005), yang mengelompokkan pengungkapan CSR kepada beberapa kategori yaitu lingkungan, energi, keselamatan kerja, kesehatan, tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Apabila item informasi tidak ada dalam laporan tahunan maka diberi skor 0, dan jika item informasi yang ditentukan ada dalam laporan tahunan maka diberi skor 1. Selanjutnya, skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan.

Rumus perhitungan CSR adalah :

$$CSR D = \frac{\sum x_{ij}}{N_j}$$

Keterangan :

CSR D : Corporate Social Responsibility Disclosure

N_j : Jumlah item untuk perusahaan j, n_j = 79

X_{ij} : nilai 1 = item diungkapkan, 0 = item tidak diungkapkan

c. Ukuran Perusahaan

Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur berdasarkan *total assets* yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Jika perusahaan memiliki total aset yang besar maka pihak manajemen akan lebih leluasa dalam menggunakan aset yang ada diperusahaan tersebut karena skala yang dimiliki perusahaan semakin besar (Hermi 2014). Ukuran perusahaan ini diukur dengan logaritma natural aset dari total aktiva (Brigham dan Houston 2001). Rumus perhitungan ukuran perusahaan adalah :

$$\text{Size} = \ln \text{Total Aset}$$

d. Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan atau *sales growth* (SG) diartikan sebagai kenaikan dari jumlah penjualan dari suatu periode ke periode berikutnya atau dari tahun ke tahun penjualan perusahaan yang merupakan total penjualan perusahaan (Indrawati dan Suhendro 2006). Pertumbuhan penjualan diukur dengan menghitung penjualan tahun berjalan dikurangi dengan penjualan dari tahun sebelumnya dan dibagi dengan penjualan tahun sebelumnya.

Rumus perhitungan *Sales growth* adalah :

$$SG = \frac{\text{Penjualan tahun berjalan} - \text{Penjualan tahun sebelumnya}}{\text{Penjualan tahun sebelumnya}}$$

3.3 METODE PENGUMPULAN DATA

JENIS DATA DAN SUMBER DATA

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia. Data sekunder yang digunakan bersumber dari laporan tahunan atau *annual report* perusahaan. Data penelitian ini diperoleh dari website www.idx.co.id dan website resmi dari perusahaan-perusahaan pertambangan dan sektor aneka industri sebagai acuan dalam proses pengambilan data dengan menggunakan *annual report* perusahaan tersebut pada periode 2014-2018.

3.4 TEKNIK ANALISIS DATA

Metode analisis data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan bantuan *software* SPSS 25. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kuantitatif.

3.4.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel utama keuangan yang diungkapkan perusahaan dalam laporan keuangan untuk kurun waktu tahun 2014-2018. Tujuan melakukan pengujian statistik deskriptif adalah untuk mengetahui gambaran umum mengenai data tersebut dan hubungannya antara variabel yang digunakan yaitu standar deviasi, rata-rata, maksimal, minimal, untuk mendeskripsikan variabel penelitian (Ghozali 2006).

3.4.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini dilakukan untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak, juga untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya gejala dari multikolinearitas, heterokedastisitas dan autokorelasi. Pada uji

asumsi klasik terdapat empat pengujian yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi (Sandy dan Lukviarman 2015).

3.4.2.1 Uji Normalitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah data terdistribusi dengan normal atau tidak. Pengujian dengan normalitas data secara statistik menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Apabila nilai signifikansi dari variabel independen kurang dari 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal, tetapi jika nilai signifikansi dari variabel independen lebih dari 0,05 maka data tersebut dapat dikatakan telah terdistribusi dengan normal. Apabila terdapat data yang tidak berdistribusi normal maka akan dilakukan penghilangan nilai outlier dari data untuk menormalkan distribusi data (Sari 2014).

3.4.2.2 Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas dapat terjadi apabila variabel satu dengan variable yang lainnya terdapat hubungan. Uji multikolinieritas antar variabel independen dapat dilakukan dengan cara menghitung nilai toleransi dengan VIF (Variant Inflationary Factor). Fenomena multikolinieritas terjadi apabila dalam pengujian nilai VIF lebih dari 10 dengan nilai toleransi 0,5 (Hartono 2008).

3.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Metode yang digunakan untuk mendeteksi heterokedastisitas adalah melakukan pengujian dengan menggunakan Scatter Plot dari nilai residual variabel dependen. Data dinyatakan terkena heterokedastisitas jika sebaran data berkumpul di satu sudut atau data yang diolah menunjukkan homoskedastisitas maka model regresi layak untuk digunakan (Dewinta dan Setiawan 2016).

3.4.2.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (Ghozali 2009). Uji autokorelasi dilakukan dengan menggunakan metode uji Durbin-Watson dengan ketentuan jika $d < dL$ atau $> (4-dL)$ maka hipotesis nol ditolak dan terdapat autokorelasi. Sedangkan jika d terletak antara dU dan $(4-dU)$ maka hipotesis nol diterima dan tidak terdapat autokorelasi. Nilai dU dan dL didapatkan dari table statistic Durbin Watson.

3.4.3 Uji HIPOTESIS

Uji hipotesis yang dilakukan pada penelitian ini adalah :

3.4.3.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan model untuk menerangkan variasi dari variabel dependen (Ghozali, 2006). Nilai R^2 berkisar antara 0-1. Nilai yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen terbatas. Sebaliknya, jika nilai yang mendekati satuan berarti variabel independen memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

3.4.3.2 Uji F/Uji Kelayakan Model

Uji F digunakan untuk menguji kelayakan model dari data yang digunakan secara empiris melalui nilai signifikansinya. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari α ($\alpha = 5\%$ atau 0,05), maka model penelitian yang diestimasi layak untuk digunakan

dan seluruh variabel bebas secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan dengan variabel terikat (Ghozali 2011).

3.4.3.3 Uji T

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial dalam menerangkan variasi dari variabel dependen (Ghozali, 2011). Pada penelitian ini, derajat signifikansi yang digunakan (α) adalah 5%, sehingga ketentuan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

$\alpha > 5\%$: menerima H0

$\alpha < 5\%$: menolak H0

3.4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji dan mengetahui apakah variabel independen yang ada pada penelitian ini yaitu *tax avoidance*, pengungkapan CSR, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Dengan demikian teknik yang tepat untuk digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Model Persamaan Regresi untuk variabel nilai perusahaan yang akan diuji pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$\text{Tobin} = \alpha + \beta_{\text{TxAv}} + \beta_{\text{CSR}} + \beta_{\text{FS}} + \beta_{\text{SG}} + e$$

Keterangan :

Tobin : Nilai Perusahaan

α : konstanta

β : koefisien regresi

TxA_v : *tax avoidance* / penghindaran pajak

CSR_D : pengungkapan CSR

FS : ukuran perusahaan / *firm size*

SG : *sales growth* / pertumbuhan penjualan

E : error



BAB IV DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

Obyek dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2018 sejumlah 50 perusahaan. Sampel pada penelitian ini dipilih berdasarkan metode *purposive sampling*. Setelah dilakukan seleksi pemilihan sampel yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan, maka diperoleh sebanyak 15 perusahaan pertambangan yang memenuhi kriteria sampel dari keseluruhan populasi sebanyak 50 perusahaan sebagaimana tergambar pada Tabel 4.1 berikut

Tabel 4.1
Kriteria Pengambilan Sampel Penelitian

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2018 .	50
2	Perusahaan sektor pertambangan yang <i>listing</i> di BEI setelah tahun 2014.	(6)
3	Perusahaan sektor pertambangan yang sedang dalam kondisi <i>suspend</i> dan <i>delisting</i> .	(2)
4	Perusahaan sektor pertambangan yang mengalami rugi selama periode 2014-2018.	(24)
5	Perusahaan sektor pertambangan yang tidak melaporkan kegiatan CSR selama tahun 2014-2018	(3)
	Jumlah sampel perusahaan	15
	Jumlah sampel perusahaan selama tahun 2014-2018 (5 tahun)	75

Sumber : Hasil olah data, 2019

*Data dari 15 perusahaan tersebut dapat dilihat pada lampiran nomor 1.

4.2 ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF

Statistik deskriptif yang dilakukan digunakan untuk memberikan deskripsi dari variabel penelitian dengan melihat rata-rata (*mean*), standar deviasi (*standard deviation*), nilai maksimum dan nilai minimum. Hasil dari statistik deskriptif dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel 4.2

Tabel 4.2
Hasil Perhitungan Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CETR	75	0,02	1,00	0,3741	0,19753
CSRD	75	0,15	0,53	0,3292	0,07851
<i>Firm Size</i>	75	26,60	32,20	29,2147	1,42209
<i>Sales Growth</i>	75	-0,28	0,55	0,0901	0,30391
Tobin Q	75	0,38	2,06	1,0469	0,41996

Sumber : hasil olah data, 2020

Dari hasil perhitungan statistik deskriptif yang tertera pada tabel di atas, maka dapat dijelaskan analisis sebagai berikut :

1. Hasil statistik deskriptif mengenai tindakan *tax avoidance* menunjukkan bahwa nilai paling tinggi (*maximum*) dari hasil uji statistic sebesar 1,00 didapat oleh PT Citatah Tbk. (CTTH) pada tahun 2017. Sedangkan nilai paling rendah (*minimum*) dari hasil uji statistic sebesar 0,02 didapat oleh PT Bukit Asam Tbk (PTBA) pada tahun 2017. Nilai rata-rata (*mean*) untuk variable *tax avoidance* dari 75 jumlah sampel selama tahun 2014-2018 adalah sebesar 0,3741 dengan standar deviasi sebesar 0,19753.
2. Hasil statistik deskriptif mengenai pengungkapan CSR menunjukkan bahwa nilai paling tinggi (*maximum*) sebesar 0,53 didapat oleh PT Medco Energy Internasional Tbk. (MEDC) pada

tahun 2015. Sedangkan nilai paling rendah (*minimum*) sebesar 0,15 didapat oleh PT Surya Esa Perkasa Tbk. (ESSA) pada tahun 2017. Nilai rata-rata (*mean*) pengungkapan CSR dari 75 jumlah sampel selama tahun 2014-2018 adalah sebesar 0,3292 dengan standar deviasi sebesar 0,07851.

3. Hasil statistik deskriptif mengenai ukuran perusahaan (*firm size*) menunjukkan bahwa nilai paling tinggi (*maximum*) sebesar 32,20 didapat oleh PT Adaro Energy Tbk. (ADRO) pada tahun 2018. Sedangkan nilai paling rendah (*minimum*) sebesar 26,60 didapat oleh PT Citatah Tbk. (CTTH) pada tahun 2014. Nilai rata-rata (*mean*) pengungkapan CSR dari 75 jumlah sampel selama tahun 2014-2018 adalah sebesar 29,2147 dengan standar deviasi sebesar 1,42209.
4. Hasil statistik deskriptif mengenai pertumbuhan penjualan (*sales growth*) menunjukkan bahwa nilai paling tinggi (*maximum*) sebesar 0,55 didapat oleh PT Toba Bara Sejahtera Tbk. (TOBA) pada tahun 2018. Sedangkan nilai paling rendah (*minimum*) sebesar -0,28 didapat oleh PT Ratu Prabu Energi Tbk. (ARTI) pada tahun 2016. Nilai rata-rata (*mean*) pengungkapan CSR dari 75 jumlah sampel selama tahun 2014-2018 adalah sebesar 0,0901 dengan standar deviasi sebesar 0,30391.
5. Hasil statistik deskriptif mengenai nilai perusahaan yang di proksikan dengan Tobin Q menunjukkan bahwa nilai paling tinggi

(*maximum*) sebesar 2,06 didapat oleh PT Baramulti Suksessarana Tbk. (BSSR) pada tahun 2018. Sedangkan nilai paling rendah (*minimum*) sebesar 0,38 didapat oleh PT Surya Esa Perkasa Tbk. (ESSA) pada tahun 2015. Nilai rata-rata (*mean*) pengungkapan CSR dari 75 jumlah sampel selama tahun 2014-2018 adalah sebesar 1,0469 dengan standar deviasi sebesar 0,41996.

4.2.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan suatu pengujian yang dilakukan untuk menguji kelayakan dari model regresi. Uji asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

4.2.2 Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki untuk menguji data dalam model regresi, variabel residual memiliki distribusi yang terdistribusi secara normal atau tidak. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* (1-Sample K-S). Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel 4.3 di bawah ini :

Tabel 4.3
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test (1-Sample K-S)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,38473803
Most Extreme Differences	Absolute	,075
	Positive	,075
	Negative	-,057
Test Statistic		,075
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : hasil olah data, 2020

Dari hasil pengujian *Kolmogorov-Smirnov* yang telah dilakukan, diperoleh nilai *Asmp. Sig. (2-Tailed)* sebesar 0,200. Nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi yang telah ditentukan yaitu sebesar 0,05 (5%). Hasil pengujian ini membuktikan bahwa residual dalam model regresi penelitian ini telah terdistribusi secara normal.

4.2.3 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya keterkaitan antar variabel independen. Model regresi yang baik tidak akan terjadi multikolinieritas sehingga pengujian dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya. Multikolinieritas pada penelitian ini diuji dengan menggunakan nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai dari *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10 maka dalam model regresi tidak terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel 4.4 di bawah ini :

Tabel 4.4
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1,410	,950		1,483	,142		
Ukuran Perusahaan	-,033	,033	-,112	-1,002	,320	,967	1,034
Pertumbuhan Penjualan	,342	,155	,247	2,200	,031	,949	1,054
Tax Avoidance	-,156	,236	-,074	-,662	,510	,972	1,029
CSRD	1,907	,611	,356	3,118	,003	,918	1,090

a. Dependent Variable : Nilai Perusahaan

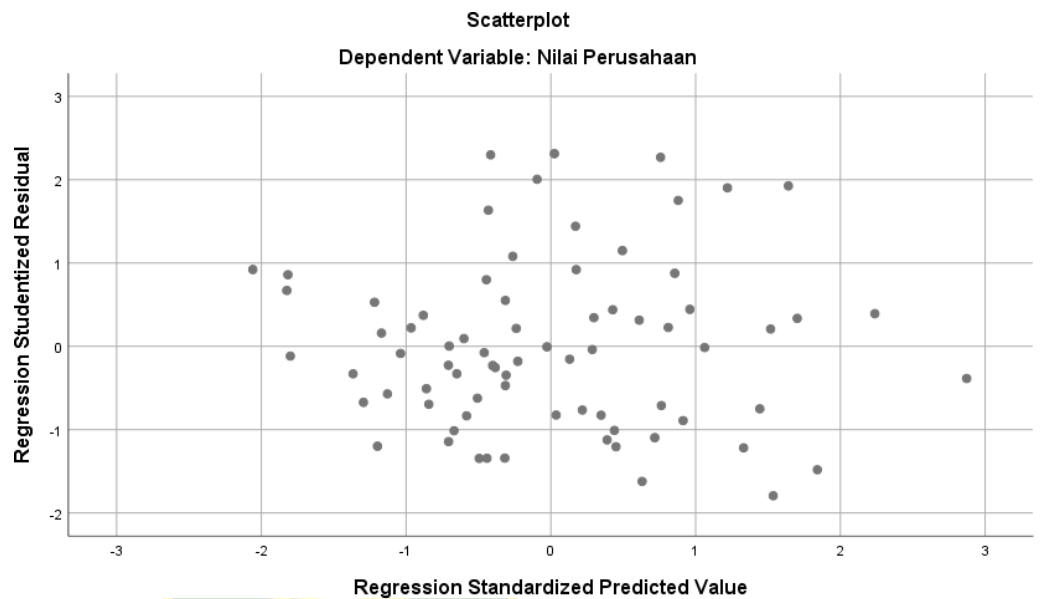
Sumber : hasil olah data, 2020

Pada tabel hasil pengujian dari uji multikolinieritas diatas diperoleh nilai tolerance dari semua variabel independen $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas pada model regresi dan pengujiannya dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

4.2.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui adanya ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain pada model regresi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Penelitian ini menggunakan grafik *Scatter Plot* untuk menguji heteroskedastisitas. Pada grafik *Scatter Plot* yang terjadi heteroskedastisitas akan menunjukkan titik-titik yang membentuk suatu pola

tertentu secara teratur seperti bergelombang, melebar kemudian menyempit. Pada grafik *Scatter Plot* yang tidak terjadi gejala heteroskedastisitas akan menunjukkan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y dan penyebaran titik-titik data tidak menunjukkan pola. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar 4.1 di bawah ini :



Sumber : hasil olah data, 2020

Gambar 4.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas *Scatter Plot*

Berdasarkan grafik *Scatter Plot* di atas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi karena pola titik-titik menunjukkan pola penyebaran yang tidak jelas, serta menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

4.2.5 Uji Autokorelasi

Adanya kesalahan pengganggu periode t dengan periode $t-1$ adalah permasalahan yang terdapat pada autokorelasi. Permasalahan ini terjadi pada data runtut waktu karena data time series mengikuti urutan alamiah antarwaktu yang menyebabkan pengamatan-pengamatan secara berturut-turut mengandung interkorelasi. Uji Durbin-Watson digunakan untuk menguji apakah terdapat autokorelasi atau tidak (Gujarati 2012). Hasil dari uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel 4.5 :

Tabel 4.5
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,401 ^a	,161	,113	,39558	1,160

a. Predictors : (Constant), Tax Avoidance, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, CSRD

b. Dependent Variable : Nilai Perusahaan

Sumber : hasil olah data,2020

Tabel 4.5 menunjukkan nilai dari Durbin-Watson sebesar 1,160. Nilai Dw tersebut dibandingkan dengan DW tabel yang diperoleh dengan menggunakan patokan jumlah sampel 75 dan jumlah variable independen 4 dan tingkat kepercayaan 5%. Dengan menggunakan patokan tersebut maka diperoleh nilai batas bawah (dL) = 1,5151 dan batas atas (dU) = 1,7390. Tidak terdapat autokorelasi apabila nilai DW berada dibawah batas atas. Berdasarkan hal tersebut, maka dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi karena $DW 1,160 < Du 1,7390$.

Maka data yang ada pada penelitian ini dapat dikatakan data yang baik karena tidak terjadi autokorelasi.

4.3 Pengujian Hipotesis

4.3.1 Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji kelayakan model dari data yang digunakan secara empiris melalui nilai signifikansinya. Jika $Sig < 0,05$ maka model regresi linier berganda dapat diteruskan karena tidak terdapat masalah. Hasil dari uji f dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.6 Hasil Uji F ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2,098	4	,524	3,351	,014 ^b
Residual	10,954	70	,156		
Total	13,051	74			

a. Dependent Variabel : Nilai Perusahaan

b. Predictors : (Constant), CSRD, Tax Avoidance, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan

Sumber : hasil olah data, 2020

Berdasarkan hasil uji F yang telah dilakukan menunjukkan nilai sig sebesar $0,014 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa model regresi penelitian layak digunakan dan dapat dilanjutkan ke tahap pengujian yang selanjutnya.

4.3.2 Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh *Tax Avoidance*, Pengungkapan CSR, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan. Hasil dari analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel di bawah :

Tabel 4.7
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi (B)	t-statistik	Sig-t	Kesimpulan
	1,410	1,483	,142	-
Tax Avoidance berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan	-,156	-,662	,510	H1 Tidak Didukung
Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan	1,907	3,118	,003	H2 Didukung
Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan	-,033	-1,002	,320	H3 Tidak Didukung
Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan	,342	2,200	,031	H4 Didukung

Sumber : Hasil olah data, 2020

Model persamaan regresi yang dikembangkan berdasarkan hasil regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$\text{Tobin} = 1,410 - 0,157\text{TxA}v + 1,907\text{CSR} - 0,033\text{FS} + 0,342\text{SG} + e$$

4.3.3 Uji T

Uji t menunjukkan bagaimana pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial dalam menerangkan variasi dari variabel dependen.

1. Pengujian hipotesis pertama

Berdasarkan hasil tabel 4.6 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi yang didapat sebesar 0,510 dan koefisien regresi -0,156. Koefisien regresi tersebut tidak signifikan karena signifikansi $0,510 > 0,05$ sehingga dari hasil perhitungan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa variabel *Tax Avoidance* (TxAv) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu H1 tidak didukung.

2. Pengujian hipotesis kedua

Berdasarkan hasil tabel 4.6 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi yang didapat sebesar 0,003 dan koefisien regresi 1,907. Koefisien regresi tersebut signifikan karena signifikansi $0,003 < 0,05$ sehingga dari hasil perhitungan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa variabel pengungkapan CSR (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu H2 didukung.

3. Pengujian hipotesis ketiga

Berdasarkan hasil tabel 4.6 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi yang didapat sebesar 0,320 dan koefisien regresi -0,033. Koefisien regresi tersebut tidak signifikan karena signifikansi $0,320 > 0,05$ sehingga dari hasil perhitungan yang telah dilakukan dapat disimpulkan

bahwa variabel ukuran perusahaan (FS) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu H3 tidak didukung.

4. Pengujian hipotesis keempat

Berdasarkan hasil tabel 4.6 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi yang didapat sebesar 0,031 dan koefisien regresi 0,342. Koefisien regresi tersebut signifikan karena signifikansi $0,031 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pertumbuhan penjualan (SG) berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu H4 didukung.

4.3.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi atau R^2 digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjabarkan suatu variasi variabel dependen.

Hasil pengujian yang telah dilakukan dapat dilihat pada tabel 4.7

Tabel 4.8
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,401 ^a	,161	,113	,39558

a. Predictors : (Constant), CSRD, Tax Avoidance, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan

b. Dependent Variable : Nilai Perusahaan

Sumber : hasil olah data, 2020

Berdasarkan tabel 4.7 didapatkan nilai *Adjusted R square* sebesar 0,113 yang berarti model regresi penelitian nilai perusahaan dapat dijelaskan dengan variabel *tax avoidance*, *csr*, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan sebesar

11,3%. Sedangkan sebesar 88,7% sisanya dijelaskan dengan variabel lain selain yang digunakan pada model penelitian ini.

4.4 PEMBAHASAN HIPOTESIS

4.4.1 Pengaruh *Tax Avoidance* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui koefisien regresi dari *tax avoidance* sebesar -0,156 dan nilai signifikansi 0,510. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa H1 tidak didukung karena nilai signifikansi $0,510 > 0,05$ sehingga koefisien regresi tidak signifikan. Hal ini menyebabkan *tax avoidance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya, kebijakan manajemen untuk melakukan atau tidak melakukan tindakan penghindaran pajak untuk menekan biaya dan memaksimalkan laba tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena investor tidak memandang apakah perusahaan melakukan penghindaran pajak atau tidak melakukan penghindaran pajak, sehingga kebijakan manajemen untuk melakukan tindakan penghindaran pajak tidak akan mempengaruhi keputusan dari investor untuk membeli saham perusahaan. Investor akan memandang nilai perusahaan baik jika memiliki harga saham yang tinggi dengan tingkat *return* yang tinggi, sehingga strategi perusahaan untuk memaksimalkan laba dengan cara melakukan penghindaran pajak tidak mempengaruhi keputusan investor. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Desai dan Dharmapala (2009), Harventy (2016), Wardani dan Juliani (2018), Fadillah (2018) yang mendapatkan hasil bahwa tindakan *tax avoidance* yang dilakukan oleh perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

4.4.2 Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui koefisien regresi dari *corporate social responsibility* sebesar 1,907 dan nilai signifikansi 0,003. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa H2 didukung karena nilai signifikansi $0,003 < 0,05$ sehingga koefisien regresi signifikan. Hal ini menyebabkan pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya, kebijakan manajemen untuk melakukan kegiatan *corporate social responsibility* dan mengungkapkannya memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang melakukan kegiatan CSR dapat meningkatkan citranya di mata seluruh stakeholdernya, perusahaan yang melakukan kegiatan CSR dianggap peduli terhadap lingkungan sehingga menarik minat investor baru untuk membeli saham perusahaan. Semakin banyak kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan dan semakin tinggi dampak program CSR perusahaan terhadap lingkungan dan ekonomi, maka nilai perusahaan akan semakin naik seiring dengan citra perusahaan yang dipandang baik oleh *stakeholders*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bawafi dan Prasetyo (2015), Murnita dan Putra (2018), Rumajar (2018) yang menyatakan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

4.4.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

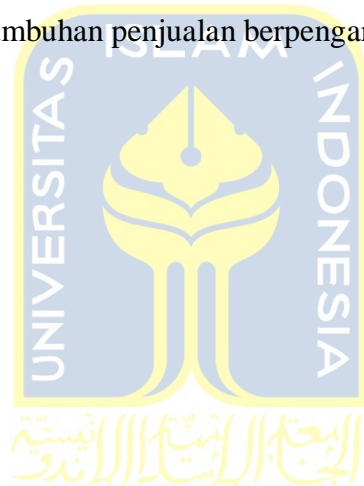
Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui koefisien regresi dari ukuran perusahaan sebesar -0,33 dan nilai signifikansi 0,320. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa H3 tidak didukung karena nilai signifikansi $0,320 > 0,05$

sehingga koefisien regresi tidak signifikan. Hal ini menyebabkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya, skala perusahaan baik perusahaan berskala besar maupun perusahaan berskala kecil tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena ukuran perusahaan yang besar bukan jaminan pengelolaan aset oleh manajemen baik dan maksimal. Perusahaan besar tidak menjamin mendapatkan laba yang besar, dengan aset yang besar maka pengelolaannya menjadi semakin kompleks dan rumit sehingga memiliki resiko tidak maksimalnya pengelolaan sumber daya yang dimiliki. Investor lebih tertarik pada perusahaan yang memiliki laba besar dan *return* yang tinggi tanpa memandang skala atau ukuran dari perusahaan tersebut, sehingga tingginya ukuran perusahaan bukan jaminan untuk memiliki nilai perusahaan yang tinggi. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pantow, Murni dan Trang (2015), Wahyudi, Chzuaimah dan Sugiarti (2016), Hertina, Hidayat dan Mustika (2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

4.4.4 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui koefisien regresi dari ukuran perusahaan sebesar 0,342 dan nilai signifikansi 0,031. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa H4 didukung karena nilai signifikansi $0,031 < 0,05$ sehingga koefisien regresi signifikan. Hal ini menyebabkan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya, semakin tinggi dan konsisten pertumbuhan penjualan perusahaan setiap tahunnya akan mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena dengan pertumbuhan penjualan yang tinggi

dan konsisten setiap tahunnya akan menarik minat investor untuk membeli saham perusahaan, dengan pertumbuhan penjualan yang baik maka pengelolaan sumber daya perusahaan juga baik sehingga dapat memaksimalkan laba yang didapat setiap tahunnya. Tingkat pertumbuhan penjualan yang konsisten dan tidak mengalami penurunan akan meningkatkan nilai perusahaan karena salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah rasio pertumbuhan penjualan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Pantow, Murni dan Trang (2015), Nirmala dan Andarwati (2016), Dewi dan Sujana (2019) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan, dari empat hipotesis yang diuji terdapat dua hipotesis yang didukung didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. *Tax avoidance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan. Maka dapat disimpulkan bahwa tindakan *tax avoidance* yang dilakukan oleh perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan.
2. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan. Maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan dan pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan.
3. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan. Maka dapat disimpulkan bahwa skala perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
4. Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan. Maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan akan menarik minat investor untuk membeli saham perusahaan sehingga tingginya minat investor terhadap perusahaan karena pertumbuhan penjualan akan meningkatkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan dapat ditingkatkan oleh perusahaan dengan mempertahankan kinerja perusahaan serta mengelola aset dengan baik, sehingga mendapatkan laba yang maksimal agar menarik minat investor dan mempertahankan citra perusahaan di mata *stakeholder*, salah satu cara untuk menaikkan nilai perusahaan adalah dengan mengungkapkan kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan dan mempertahankan penjualan perusahaan agar terus naik di setiap tahun.

5.2 Keterbatasan dan Saran

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang kemungkinan mempengaruhi hasil penelitian yaitu hasil analisis koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,113 yang berarti model regresi penelitian nilai perusahaan dapat dijelaskan dengan *tax avoidance*, pengungkapan *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan sebesar 11,3%, sedangkan 88,7% sisanya dijelaskan oleh variabel lain selain yang digunakan pada model penelitian ini.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah sampel penelitian dan menambah variabel independen selain yang telah digunakan pada penelitian ini seperti variabel *corporate governance*, *leverage*, profitabilitas, rasio-rasio keuangan dan variabel independen lainnya untuk melingkupi semua aspek yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

5.3 Implikasi Penelitian

Hasil yang diperoleh berdasarkan penelitian yang telah dilakukan adalah pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga perusahaan sebaiknya memperbanyak mengungkapkan

program-program CSR yang dilakukan karena semakin banyak item pengungkapan CSR yang diungkapkan dan semakin banyak program CSR yang dibuat oleh perusahaan maka akan menarik minat *stakeholder* sehingga dapat meningkatkan nilai sebuah perusahaan. Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan sehingga perusahaan sebaiknya mampu mempertahankan dan meningkatkan kinerjanya sehingga mendapatkan laba yang maksimal, laba yang besar dapat menarik minat investor untuk membeli saham perusahaan sehingga semakin meningkatkan nilai perusahaan karena menarik minat banyak investor.



DAFTAR PUSTAKA

- Arimbawa, P., dan Wirakusuma. 2016. Pengaruh Pengungkapan Informasi Corporate Social Responsibility, Profitabilitas dan Pembagian Dividen Pada Harga Saham. *E-Jurnal Universitas Udayana* 14(1), 19-33.
- Aryani, D. S. (2011). Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Akuntansi (JENIUS)* 1(2), 200-220.
- Badan Pusat Statistik Jakarta Pusat, 2019. Statistik Pertambangan Indonesia Tahun 2014-2018. Jakarta Pusat : Badan Pusat Statistik
- Bawafi, M. H., dan Prasetyo, A. 2015. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Reviu Akuntansi Vol.5 No. 1*, 721-730.
- Brigham, E. F., dan Houston, J. F. 2001. *Manajemen Keuangan. Penerjemah Hermawan Wibowo Edisi Kedelapan*. Jakarta: Erlangga.
- Certo, S. T., dan Certo, S. 2006. *Modern Management*. United States: Pearson Prentice Hall.
- Deegan, C. 2000. *Financial Accounting Theory*. Sydney: McGraw Hill Book Company.
- Deitiana, T. 2011. Pengaruh Rasio Keuangan, Pertumbuhan Penjualan dan Dividen terhadap Harga Saham. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi* 13(1), 57-66.
- Desai, dan Dharmapala. 2009. Corporate tax avoidance and firm value. *The Review of Economics* 91(3), 537-546.
- Dewinta, I. A., dan Setiawan, P. E. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, Leverage dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Tax Avoidance. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 1584-1613.
- Dickinson, Beverland, dan Lindgreen, A. 2010. Building Corporate Reputation with Stakeholders. *European Journal of Marketing* 44(11), 1856-1874.
- Ferry, M. G., dan Jones, W. H. 1979. Determinants of Financial Structure : A new Methodological Approach. *Journal of Finance* 44(3).
- Ghozali, I. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (Edisi Keenam)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (Edisi Kelima)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., dan Chariri, A. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, A. 2014. *Perpajakan Konsep, Aplikasi, Contoh dan Studi Kasus*. Jakarta: Salemba Empat.

- Hansen, V., dan Juniarti. 2014. Pengaruh Family Control, Size, Sales Growth, Dan Leverage Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan Pada Sektor Perdagangan, Jasa dan Investasi. *BUSINESS ACCOUNTING REVIEW* 2(1), 121-130.
- Hartono. 2008. *SPSS 16.0 Analisis Data Statistika dan Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Harventy, G. 2016. Pengaruh Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan* 6(2), 895-906.
- Herdiyanto, D. G., dan Ardiyanto, M. D. 2015. Pengaruh Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan. *Dipenogoro Journal of Accounting* 4(3), 1-10.
- Hertina, D., Hidayat, M. H., dan Mustika, D. 2019. Ukuran Perusahaan, Kebijakan Hutang dan Profitabilitas Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ecodemica* 3(1).
- Huang, G. H., dan Song, F. M. 2004. The Determinants of Capital Structure : Evidence from China. *Journal of Financial Economics*, 1-24.
- Ilmiani, A., dan Sutrisno, C. R. 2013. Pengaruh Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan dengan Transparansi Perusahaan Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Indrawati, T., dan Suhendro. 2006. Determinasi Capital Structure pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta Periode 2000-2004. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia* 3(1), 77-105.
- Jensen, dan Meckling. 1976. The Theory of The Firm : Manajerial Behaviour, Agency Cost and Ownership Structure. *Journal of Financial and Economics* , 305-360.
- Kompyurini, dan Kreshna, S. 2016. Memprediksi Kecenderungan Perusahaan Melakukan Penghindaran Pajak. *InFestasi* 12(2).
- Kusumajaya, D. K. 2011. Pengaruh Struktur Modal dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di BEI. *Tesis Program Pasca Sarjana Universitas Udayana*.
- Mardiasmo. 2008. *Perpajakan Edisi Revisi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Marwah. 2016. Pengaruh Coorporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Skripsi Fakultas Ekonomi UII*.
- Murnita, P. E., dan Putra, I. M. 2018. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Leverage sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.23.2*, 1470-1494.

- Nirmala, A., dan Andarwati, M. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan dan Kepemilikan Manajerial terhadap Struktur Modal dan Nilai Perusahaan Manufaktur di Indonesia (Perspektif Pecking Order Theory). *Jurnal Aplikasi Manajemen* 14(3), 557-566.
- Palan, R. 2008. Tax Havens and The Commercialization of State Sovereignty. *Cornell University Press. International Organization*.
- Patten. 1990. The Market Reaction to Social Responsibility Disclosures : The Case of the Sullivan Principles Signings. *Accounting, Organizations and Society* 15(6), 575-587.
- Pemerintah Indonesia. 1997. Undang-undang Republik Indonesia No 9 tentang pengelolaan lingkungan hidup 1997. Jakarta: Sekretariat Negara
- _____. 2007. Undang-undang Republik Indonesia No 28 tentang pajak 2007. Jakarta: Sekretariat Negara
- _____. 2007. Undang-undang Republik Indonesia No 40 tentang Perseroan Terbatas 2007. Jakarta: Sekretariat Negara
- Pohan, C. A. 2013. *Manajemen Perpajakan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Prasetya, Tommy, dan Saerang. 2014. Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Resiko Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Otomotif yang terdaftar di BEI. *Jurnal EMBA* 2(2), 879-889.
- Pratama, I. A., dan Wiksuana, I. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud* 5(2), 1338-1367.
- Riantani, dan Nurzamzam. 2015. Analysis of Company Size, Financial Leverage, and Profitability and Its Effect to CSR Disclosure. *Jurnal Dinamika Manajemen* 6(2), 453-463.
- Sandy, S., dan Lukviarman, N. 2015. Pengaruh Corporate Governance terhadap Tax Avoidance : Studi Empiris pada perusahaan manufaktur. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia* 19(2), 85-98.
- Saptono, P. B. 2013. *Manajemen Pajak : Sebuah Pendekatan Komprehensif, Empiris, dan Praktis*. Jakarta: PT Pratama Indomitra Konsultan.
- Sari, G. M. 2014. Pengaruh Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, Kompensasi Rugi Fiskal Dan Struktur Kepemilikan terhadap Tax Avoidance. *Wra* 2(33), 44.
- Sartika, Dewi, dan Fidiana. 2015. Moderasi Kepemilikan Institusional terhadap Hubungan Perencanaan Pajak dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 4(12).
- Sinaga, L. V., Nababan, A. M., Sinaga, A. N., Hutahean, T. F., dan Guci, S. T. 2019. The Effect Of Sales Growth, Size Firm, Debt Policy, Return On Assets On

Company Value In Property And Real Estate Companies Listed In Indonesia Stock Exchange. *Costing: Journal of Economic, Business and Accounting Vol 2 No 2*, 345-355.

Sujoko, dan Soebiantoro. 2007. Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Leverage, Faktor Intern dan Faktor Ekstern terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan 9(1)*, 41-48.

Sukamulja, S. 2004. Good Corporate Governance di Sektor Keuangan : Dampak Good Corporate Governance terhadap Kinerja Perusahaan. *Benefit 8(1)*, 1-25.

Suryaputri, R. V., dan Astuti, C. D. 2003. Pengaruh Faktor Leverage, Dividen Payout, Size, Earning Growth dan Country Risk terhadap Price Earning Ratio. *Jurnal Media Riset Akuntansi, Auditing dan Informasi 3(1)*.

Susanto, A. B. 2010. *60 Managements Gems Applying Management Wisdom Life* . Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Suseno, I. 2012. Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Go Publik Yang Terdaftar Di BEI.

Syahni, D. 2019. "Global Witness Beberkan Aksi Perusahaan Batubara Alihkan Uang, Upaya Hindari Pajak di Indonesia." Diakses tanggal 15 Desember 2019. <https://www.mongabay.co.id/2019/07/11/global-witness-beberkan-aksi-perusahaan-batubara-alihkan-uang-upaya-hindari-pajak-di-indonesia/>

Wahyudi, H. D., Chuzaimah, dan Sugiarti, D. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kebijakan Deviden, Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Penggunaan Indeks Lq-45 Periode 2010 -2014). *BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol.1 No.2*, 156-164.

Wang, T. 2010. Tax Avoidance, Corporate Transparency and Firm Value. *University of Texas Austin*.

Wareza, M. 2019. "Disebut Terlibat Transfer Pricing Adaro, siapa Coaltrade?" Diakses tanggal 3 Januari 2019. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20190704205102-4-82830/disebut-terlibat-transfer-pricing-adaro-siapa-coaltrade>

Wibowo, S. S., dan Sabillilah, A. 2016. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan. *Ekspansi Vol. 8, No. 1*, 47-60.

LAMPIRAN 1

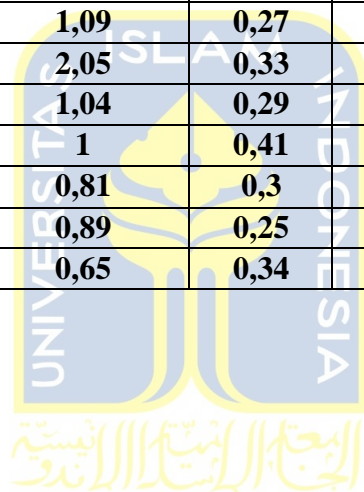
Daftar Nama Perusahaan Sampel

No	KODE PERUSAHAAN	NAMA PERUSAHAAN
1	ADRO	Adaro Energy Tbk.
2	ARTI	Atlas Resources Tbk.
3	BSSR	Baramulti Suksessarana Tbk.
4	CTTH	Citatah Tbk.
5	ELSA	Elnusa Tbk.
6	ESSA	Surya Esa Perkasa Tbk.
7	GEMS	Golden Energy Mines Tbk.
8	ITMG	Indo Tambangraya Megah Tbk.
9	KKGI	Resource Alam Indonesia Tbk.
10	MBAP	Mitrabara Adiperdana Tbk.
11	MEDC	Medco Energi Internasional Tbk.
12	MYOH	Samindo Resources Tbk.
13	PTBA	Bukit Asam Tbk.
14	RUIS	Radiant Utama Interinsco Tbk.
15	TOBA	Toba Bara Sejahtera Tbk.

LAMPIRAN 2

Data Variabel Independen dan Dependen tahun 2014

No	KODE	Variabel Dependen	Variabel Independen			
		Tobins'Q	CSRD	LnTA	CETR	SG
1	ADRO	0,91	0,3	32	0,56	0,03
2	ARTI	0,9	0,34	28,2	0,16	-0,12
3	BSSR	1,46	0,46	28,4	0,57	0,32
4	CTTH	1,01	0,29	26,6	0,57	-0,14
5	ELSA	1,58	0,34	29,1	0,26	0,03
6	ESSA	0,45	0,25	28,2	0,36	-0,04
7	GEMS	1,21	0,28	29	0,42	0,17
8	ITMG	1,38	0,42	30,4	0,46	-0,09
9	KKGI	1,09	0,27	27,8	0,47	-0,28
10	MBAP	2,05	0,33	27,6	0,17	0,14
11	MEDC	1,04	0,29	31,1	0,71	-0,14
12	MYOH	1	0,41	28,3	0,26	0,23
13	PTBA	0,81	0,3	30,3	0,39	0,17
14	RUIS	0,89	0,25	27,9	0,38	0,02
15	TOBA	0,65	0,34	28,9	0,35	0,21



LAMPIRAN 3

Data Variabel Independen dan Dependen tahun 2015

No	KODE	Variabel Dependen	Variabel Independen			
		Tobin's Q	CSR	LnTA	CETR	SG
1	ADRO	0,64	0,39	32	0,74	-0,10
2	ARTI	0,86	0,34	28,5	0,29	-0,27
3	BSSR	1,61	0,33	28,5	0,3	0,32
4	CTTH	0,64	0,29	27,1	0,55	0,07
5	ELSA	0,81	0,34	29,1	0,53	-0,11
6	ESSA	0,38	0,28	29	0,41	0,12
7	GEMS	1,95	0,38	29,3	0,25	-0,06
8	ITMG	0,69	0,3	30,4	0,54	-0,09
9	KKGI	0,53	0,42	27,9	0,38	-0,09
10	MBAP	1,23	0,38	28	0,23	0,89
11	MEDC	0,82	0,53	31,3	0,25	-0,15
12	MYOH	0,94	0,32	28,4	0,23	0,03
13	PTBA	0,57	0,29	30,5	0,32	0,06
14	RUIS	0,84	0,3	27,7	0,4	-0,13
15	TOBA	0,54	0,33	29	0,45	-0,23

LAMPIRAN 4

Data Variabel Independen dan Dependen tahun 2016

No	KODE	Variabel Dependen	Variabel Independen			
		Tobin's Q	CSR	LnTA	CETR	SG
1	ADRO	1,04	0,22	32,1	0,28	-0,08
2	ARTI	0,49	0,3	28,6	0,1	-0,07
3	BSSR	1,8	0,39	28,5	0,56	-0,09
4	CTTH	0,64	0,25	27,2	0,24	0,25
5	ELSA	1,04	0,39	29,1	0,36	-0,04
6	ESSA	0,7	0,28	29,8	0,78	-0,30
7	GEMS	1,43	0,39	29,3	0,1	0,06
8	ITMG	1,42	0,39	30,4	0,34	-0,16
9	KKGI	1,28	0,32	27,9	0,21	-0,19
10	MBAP	1,85	0,47	28,1	0,57	-0,17
11	MEDC	0,84	0,32	31,5	0,09	0,02
12	MYOH	0,97	0,29	28,3	0,32	-0,18
13	PTBA	0,74	0,43	30,6	0,03	0,02
14	RUIS	0,81	0,52	27,6	0,25	-0,18
15	TOBA	1,07	0,24	28,9	0,5	-0,28

LAMPIRAN 5

Data Variabel Independen dan Dependen tahun 2017

No	KODE	Variabel Dependen	Variabel Independen			
		Tobin's Q	CSR	LnTA	CETR	SG
1	ADRO	1,04	0,25	32,2	0,55	0,30
2	ARTI	0,45	0,23	28,5	0,11	0,19
3	BSSR	1,22	0,38	28,7	0,22	0,63
4	CTTH	0,72	0,25	27,3	1	-0,16
5	ELSA	0,93	0,25	29,2	0,43	0,38
6	ESSA	0,99	0,15	30	0,25	0,17
7	GEMS	1,53	0,37	29,7	0,11	0,99
8	ITMG	1,57	0,51	30,5	0,16	0,25
9	KKGI	1,29	0,32	28	0,32	-0,09
10	MBAP	1,87	0,25	28,4	0,29	0,39
11	MEDC	0,94	0,35	31,9	0,57	0,52
12	MYOH	1,08	0,32	28,2	0,43	0,01
13	PTBA	0,63	0,44	30,7	0,02	0,38
14	RUIS	0,79	0,32	27,6	0,63	-0,14
15	TOBA	0,72	0,25	29,2	0,22	0,21

LAMPIRAN 6

Data Variabel Independen dan Dependen tahun 2018

No	KODE	Variabel Dependen	Variabel Independen			
		Tobin's Q	CSR	LnTA	CETR	SG
1	ADRO	0,74	0,38	32	0,5	0,17
2	ARTI	0,48	0,22	28,6	0,52	0,22
3	BSSR	2,06	0,39	28,9	0,42	0,24
4	CTTH	0,75	0,28	27,3	0,41	0,21
5	ELSA	0,86	0,35	29,4	0,61	0,33
6	ESSA	0,98	0,19	30,3	0,1	0,55
7	GEMS	1,98	0,38	30	0,52	0,52
8	ITMG	1,39	0,52	30,7	0,3	0,31
9	KKGI	1,27	0,3	28,2	0,58	-0,25
10	MBAP	1,63	0,25	28,6	0,36	0,10
11	MEDC	0,89	0,3	32	0,85	0,48
12	MYOH	1,27	0,29	28,4	0,2	0,41
13	PTBA	1,38	0,38	30,8	0,03	0,09
14	RUIS	0,79	0,25	27,6	0,38	0,15
15	TOBA	0,68	0,28	29,6	0,28	0,55

LAMPIRAN 7

Tabel Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan	75	,38	2,06	1,0469	,41996
Tax Avoidance	75	,02	1,00	,3741	,19753
CSRD	75	,15	,53	,3292	,07851
Ukuran Perusahaan	75	26,60	32,20	29,2147	1,42209
Pertumbuhan Penjualan	75	-,28	,55	,0901	,30391
Valid N (listwise)	75				



LAMPIRAN 8

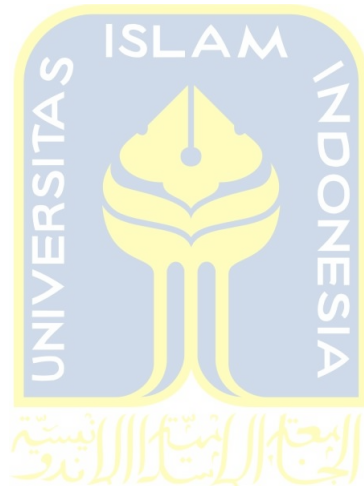
Tabel Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,38473803
Most Extreme Differences	Absolute	,075
	Positive	,075
	Negative	-,057
Test Statistic		,075
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

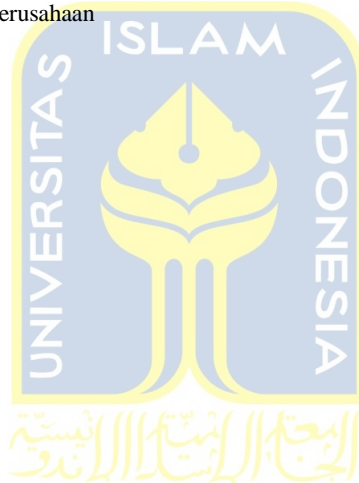


LAMPIRAN 9

Tabel Hasil Uji Multikolinieritas

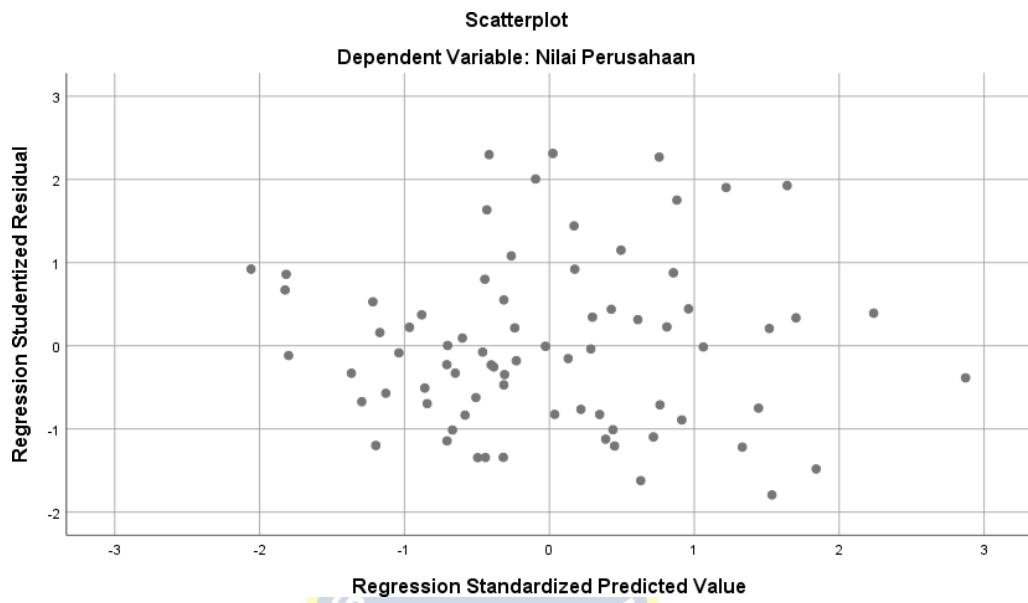
Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	1,410	,950		1,483	,142		
	Ukuran Perusahaan	-,033	,033	-,112	-1,002	,320	,967	1,034
	Pertumbuhan Penjualan	,342	,155	,247	2,200	,031	,949	1,054
	Tax Avoidance	-,156	,236	-,074	-,662	,510	,972	1,029
	CSRD	1,907	,611	,356	3,118	,003	,918	1,090

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan



LAMPIRAN 10

Gambar Hasil Uji Heterokedastisitas



LAMPIRAN 11

Tabel Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,401 ^a	,161	,113	,39558	1,160

a. Predictors: (Constant), Tax Avoidance, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, CSR

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan



LAMPIRAN 12

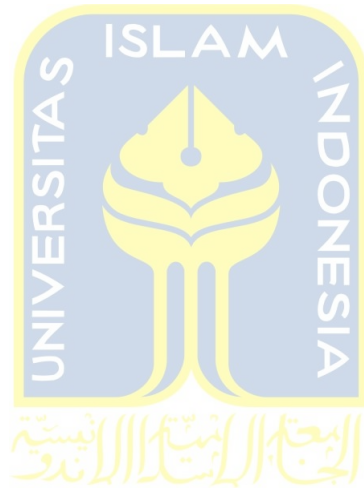
TABEL HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,401 ^a	,161	,113	,39558

a. Predictors: (Constant), CSRD, Tax Avoidance, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan



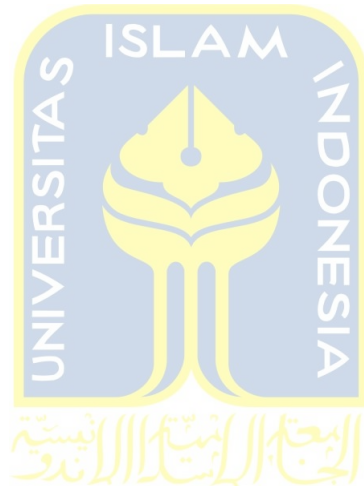
LAMPIRAN 13
TABEL HASIL UJI F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2,098	4	,524	3,351	,014 ^b
	Residual	10,954	70	,156		
	Total	13,051	74			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), CSRD, Tax Avoidance, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan

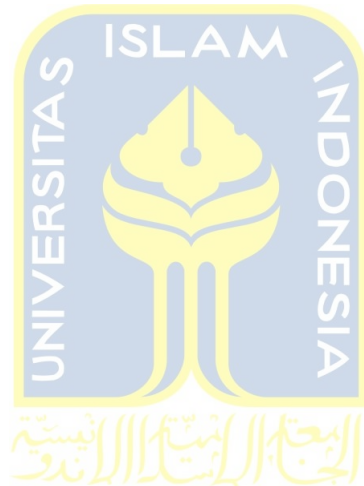


LAMPIRAN 14
TABEL HASIL UJI T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	1,410	,950		1,483	,142
	Ukuran Perusahaan	-,033	,033	-,112	-1,002	,320
	Pertumbuhan Penjualan	,342	,155	,247	2,200	,031
	Tax Avoidance	-,156	,236	-,074	-,662	,510
	CSRD	1,907	,611	,356	3,118	,003

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan



LAMPIRAN 15

Daftar Item Pengungkapan CSR Berdasarkan Global Reporting Initiative (GRI) G3

INDIKATOR KINERJA EKONOMI	
Kinerja Ekonomi	
EC 1	Nilai Ekonomi yang dihasilkan dan didistribusikan secara langsung, termasuk pendapatan, biaya operator, kompensasi kepada karyawan, donasi dan investasi ke masyarakat, laba ditahan dan pembayaran ke penyedia modal serta pemerintah
EC 2	Implikasi keuangan dan berbagai resiko dan peluang untuk segala aktivitas perusahaan dalam menghadapi perubahan iklim
EC 3	Daftar cakupan kewajiban perusahaan dalam perencanaan benefit yang sudah ditetapkan
EC 4	Bantuan finansial signifikan yang diperoleh dari pemerintah
Keberadaan Pasar	
EC 5	Parameter standar upaah karyawan dijenjang awal dibandingkan dengan upah karyawan minimum yang berlaku pada lokasi operasi tertentu
EC 6	Kebijakan, penerapan dan pembagian pembelanjaan pada subkontraktor (mitra kerja) setempat yang ada di berbagai lokasi operasi
EC 7	Prosedur penerimaan tenaga kerja lokal dan proporsi manajemen senior yang diambil dari komunikasi setempat di beberapa lokasi operasi
Dampak Ekonomi Tidak Langsung	
EC 8	Pengembangan dan dampak dari investasi infrastruktur dan pelayanan yang disediakan terutama bagi kepentingan publik melalui perdagangan, jasa dan pelayanan ataupun yang sifatnya natura
EC 9	Pemahaman dan penjelasan atas dampak ekonomi secara tidak langsung termasuk luas dampaknya

INDIKATOR KINERJA LINGKUNGAN	
Material	
EN 1	Material yang digunakan dan diklasifikasikan berdasarkan berat dan ukuran
EN 2	Presentase material bahan daur ulang yang digunakan
Energi	
EN 3	Pemakaian energi yang berasal dari sumber energi yang utama baik secara langsung maupun tidak langsung
EN 4	Pemakaian energi yang berasal dari sumber utama secara tidak langsung
EN 5	Energi yang berhasil dihemat berkat adanya efisiensi dan konserfasi yang lebih baik
EN 6	Inisiatif penyediaan produk dan jasa yang menggunakan energi efisien atau sumber gaya terbaru serta pengurangan penggunaan energi sebagai dampak dari inisiatif tersebut
EN 7	Inisiatif dalam hal pengurangan pemakaian energi secara tidak langsung dan pengurangan yang berhasil dilakukan
Air	
EN 8	Total pemakaian air dari sumbernya
EN 9	Pemakaian air yang memberi dampak cukup signifikan dari sumber mata air
EN 10	Presentase dan total jumlah air yang diadur ulang dan digunakan kembali
Keanekaragaman Hayati	
EN 11	Lokasi dan luas lahan yang dimiliki, disewakan, dikelola atau yang berdekatan dengan area yang dilindungi dan area dengan nilai keanekaragaman hayati yang tinggi diluar area yang dilindungi
EN 12	Deskripsi dampak signifikan yang ditimbulkan oleh aktivitas produk dan jasa pada keanekaragaman hayati ada diwilayah yang dilindungi serta area dengan nilai keanekaragaman hayati diluar wilayah yang dilindungi
EN 13	Habitat yang dilindungi atau dikembalikan kembali

EN 14	Strategi, aktivitas saat ini dan rencana masa depan untuk mengelola dampak terhadap keanekaragaman hayati
EN 15	Jumlah spesies yang termasuk dalam data konservasi nasional dan habitat di wilayah yang terkena dampak operasi, berdasarkan risiko kepunahan
Emisi, Effluent dan Limbah	
EN 16	Total emisi gas rumah kaca secara langsung dan tidak langsung yang diukur berdasarkan berat
EN 17	Emisi gas rumah kaca secara tidak langsung dan relevan yang diukur berdasarkan berat
EN 18	Inisiatif untuk mengurangi gas rumah kaca dan pengurangan yang berhasil dilakukan
EN 19	Emisi dan substansi perusak lapisan ozon yang diukur berdasarkan berat
EN 20	NO, SO dan emisi udara lain yang signifikan dan diklasifikasikan berdasarkan jenis dan berat
EN 21	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
EN 22	Total berat dari limbah yang diklasifikasikan berdasarkan jenis dan metode pembuangan
EN 23	Total biaya dan jumlah yang tumpah
EN 24	Berat dari limbah yang ditransportasikan, diimpor, diekspor atau diolah yang diklasifikasikan berbahaya berdasarkan <i>Basel Convention Annex I, II, III, dan VIII</i> , dan presentase limbah yang dikapalkan secara internasional
EN 25	Identitas, ukuran, status yang dilindungi dan nilai keanekaragaman hayati yang terkandung di dalam air dan habitat yang ada di sekitarnya secara signifikan terkena dampak akibat adanya laporan mengenai kebocoran dan pemborosan air yang dilakukan perusahaan
Produk dan Jasa	
EN 26	Inisiatif untuk mengurangi dampak buruk pada lingkungan yang diakibatkan

	oleh produk dan jasa dan memperluas dampak dari inisiatif tersebut
EN 27	Presentase dari produk yang terjual dan materi kemasan dikembalikan berdasarkan kategori
Kesesuaian	
EN 28	Nilai moneter dai denda dan jumlah biaya sanksi – sanksi akibat adanya pelanggaran terhadap peraturan dan hukum lingkungan hidup
Transportasi	
EN 29	Dampak signifikan terhadap lingkungan yang diakibatkan adanya transportasi, benda lain dan materi yang digunakan perusahaan dalam operasinya dan para pegawainya
Keselarasan	
EN 30	Jumlah biaya untuk perlindungan lingkungan dan investasi berdasarkan jenis kegiatan
INDIKATOR PRAKTIK TENAGA KEJA DAN PEKERJAAN YANG LAYAK	
Pekerjaan	
LA 1	Komposisi tenaga kerja berdasar tipe pekerjaan, kontrak kerja dan lokasi
LA 2	Jumlah total rata – rata <i>turnover</i> tenaga kerja berdasarkan kelompok usia, jenis kelamin dan area
LA 3	Benefit yang diberikan kepada pegawai tetap
Hubungan Tenaga Kerja.Manajemen	
LA 4	Persentase pegawai yang dijamin oleh ketetapan hasil negoisasi yang dibuat secara kolektif
LA 5	Batas waktu minimum pemberitahuan yang terkait mengenai perubahan kebijakan operasional, termasuk mengenai apakah hal tersebut akan tercantum dalam perjanjian bersama
Kesehatan dan Keselamatan Kerja	
LA 6	Persentase total pegawai yang ada dalam struktur formal manajemen, yaitu komite keselamatan dan kesehatan kerja yang membantu yang mengawasi dan memberi arahan dalam program keselamatan dan kesehatan kerja

LA 7	Tingkat dan jumlah kecelakaan, penyakit karena jabatan, jumlah hari hilang dan tingkat absensi yang ada berdasarkan area
LA 8	Program pendidikan, pelatihan, pembimbingan, pencegahan dan pengendalian resiko diadakan untuk membantu pegawai, keluarga mereka dan lingkungan sekitar dalam menanggulangi penyakit serius
LA 9	Hal – hal mengenai keselamatan dan kesehatan kerja tercantum secara formal dan tertulis dalam sebuah perjanjian resmi serikat pekerja
Pendidikan dan Pelatihan	
LA 10	Jumlah waktu rata – rata untuk pelatihan setiap tahunnya, setiap pegawai berdasarkan kategori pegawai
LA 11	Program ketrampilan manajemen dan pendidikan jangka panjang yang mendukung kecakapan para pegawai dan membantu mereka untuk terus berkarya
LA 12	Persentase para pegawai yang menerima penilaian pegawai atas performa dan perkembangan mereka secara berkala
Keanekaragaman dan Kesempatan Setara	
LA 13	Komposisi badan tata kelola dan penjabaran pegawai berdasarkan kategori, jenis kelamin, usia, kelompok minoritas dan indikasi keanekaragaman lainnya
LA 14	Perbandingan upah standar antara pria dan wanita berdasarkan kategori pegawai
INDIKATOR KINERJA HAK ASASI MANUSIA	
Praktik Investasi dan Pengadaan	
HR 1	Persentase dan total jumlah perjanjian investasi yang ada dan mencakup pasal mengenai hak asasi manusia atau telah melalui evaluasi mengenai hak asasi manusia
HR 2	Persentase dari mitra kerja dan pemasok yang telah melalui proses seleksi berdasarkan prinsip – prinsip HAM yang telah dijalankan
HR 3	Total jumlah waktu pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur yang terkait

	dengan aspek HAM yang berhubungan dengan prosedur kerja, termasuk persentase pegawai yang dipilih
Non-Diskriminasi	
HR 4	Total jumlah kasus diskriminasi dan langkah penyelesaian masalah yang diambil
Kebebasan Berserikat dan Daya Tawar Kelompok	
HR 5	Prosedur kerja yang teridentifikasi dimana hak untuk melatih kebebasan berserikat dan perundingan bersama menjadi beresiko dan langkah yang diambil untuk mendukung hak kebebasan berserikat tersebut
Tenaga Kerja Anak	
HR 6	Prosedur kerja yang teridentifikasi memiliki resiko akan adanya pekerja anak dan langkah yang diambil untuk penghapusan pekerja anak
Pegawai Tetap dan Kontrak	
HR 7	Prosedur kerja yang teridentifikasi memiliki risiko akan adanya pegawai tetap dan kontrak, dan langkah yang diambil untuk penghapusan pegawai kontrak
Praktik Keselamatan	
HR 8	Persentase petugas keamanan yang dilatih sesuai dengan kebijakan atau prosedur perusahaan yang terkait dengan aspek HAM dan prosedur kerja
Hak Penduduk Asli	
HR 9	Total jumlah kasus pelanggaran yang berkaitan dengan hak masyarakat adat dan langkah yang diambil
INDIKATOR KINERJA KEMASYARAKATAN/SOSIAL	
Kemasyarakatan	
SO 1	Sifat dasar, cakupan dan keefektivan atas program dan kegiatan apapun yang menilai dan mengelola dampak operasi terhadap masyarakat, termasuk saat memasuki wilayah operasi selama beroperasi dan pasca operasi
Korupsi	
SO 2	Persentase dan total jumlah unit usaha yang dianalisis memiliki risiko terkait tindakan penyuapan dan korupsi

SO 3	Persentase jumlah pegawai yang dilatih dalam prosedur dan kebijakan perusahaan terkait penyusunan dan korupsi
SO 4	Langkah yang diambil dalam mengatasi kasus tindakan penyusunan dan korupsi
Kebijakan Publik	
SO 5	Deskripsi kebijakan umum dan kontribusi dalam pengembangan kebijakan umum dan prosedur melobi public
SO 6	Perolehan keuntungan secara finansial dan bentuk keuntungan lainnya yang diperoleh dari hasil kontribusi kepada partai politik, politisi dan instansi terkait oleh negara dimana perusahaan beroperasi
Perilaku anti Persaingan	
SO 7	Jumlah tindakan hukum terhadap pelanggaran ketentuan anti persaingan, anti <i>trust</i> , praktik monopoli dan sanksinya
Kepatuhan	
SO 8	Nilai moneter dari denda dan jumlah biaya sanksi – sanksi akibat pelanggaran hukum dan kebijakan
INDIKATOR KINERJA TANGGUNG JAWAB PRODUK	
Keselamatan dan kesehatan konsumen	
PR 1	Proses dan tahapan kerja dalam mempertahankan kesehatan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan produk atau jasa yang dievaluasi untuk perbaikan dan persentase dari kategori produk dan jasa yang terkait dalam prosedur tersebut
PR 2	Jumlah total kasus pelanggaran kebijakan dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan kesehatan dan keselamatan konsumen dalam keseluruhan proses, diukur berdasarkan hasil akhirnya
Pemasangan Label bagi Produk dan Jasa	
PR 3	Jenis informasi produk dan jasa yang dibutuhkan dalam prosedur kerja, dan persentase produk dan jasa yang terkait dalam prosedur tersebut
PR 4	Jumlah total kasus pelanggaran kebijakan dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan informasi produk dan jasa dan

	pelabelan, diukur berdasarkan hasil akhirnya
PR 5	Praktik – praktik yang terkait dengan kepuasan konsumen, termasuk hasil survey evaluasi kepuasan konsumen
Komunikasi Pemasaran	
PR 6	Program – program yang mendukung adanya standar hukum dan mekanisme kepatuhan terkait dengan komunikasi penjualan, termasuk iklan, promosi dan bentuk kerjasama, diukur berdasarkan hasil akhirnya
PR 7	Jumlah total kasus pelanggaran kebijakan dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan komunikasi penjualan, termasuk iklan, promosi dan bentuk kerjasama, diukur berdasarkan hasil akhirnya
Privasi Konsumen	
PR 8	Jumlah total pengaduan yang tervalidasi yang berkaitan dengan pelanggaran privasi konsumen dan data konsumen yang hilang
Kesesuaian	
PR 9	Nilai moneter dari denda dan jumlah biaya sanksi – sanksi akibat pelanggaran hukum dan kebijakan yang terkait dengan pengadaan dan penggunaan produk dan jasa

Sumber : GRI (Global Reporting Initiative) G3 Guidelines