

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Perusahaan Manufaktur dan Sumber Daya Alam Di Bursa Efek Indonesia 2017-2019

Septi Damayanti ¹⁾, Aniek Wijayanti ²⁾, Andi Manggala Putra ³⁾

^{1) 2) 3)} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

¹⁾ septi.damayanti@upnvj.ac.id

²⁾ aniekwijaya@upnvj.ac.id

³⁾ andimanggalaputra@upnvj.ac.id

Abstrak

Pengungkapan *corporate social responsibility* merupakan suatu bentuk system penyampaian laporan yang disusun untuk melancarkan social akuntabilitas perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan agresivitas pajak, *media exposure* dan *gender diversity* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur dan sumber daya alam (pertambangan dan pertanian) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019. Menggunakan metode kuantitatif dan data sekunder dengan melihat laporan keuangan dan tahunan perusahaan pada 26 perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa agresivitas pajak dan *media exposure* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* karena agresif maupun tidak terhadap pajak keduanya tetap melakukan kegiatan CSR, karena hal ini sudah menjadi tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitar untuk mengurangi dampak negatif yang dihasilkan perusahaan dan memaksimalkan dampak positif terkait kegiatan CSR. *Gender diversity* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Kata kunci : Agresivitas pajak, *media exposure*, *gender vidersity*, pengungkapan *corporate social responsibility*.

Abstract

Disclosure of corporate social responsibility is a form of reporting system that is prepared to facilitate the company's social accountability. This study aims to determine the relationship between tax aggressiveness, media exposure and gender diversity on the disclosure of corporate social responsibility in manufacturing and natural resource companies (mining and agriculture) listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2019. Using quantitative methods and secondary data by looking at the company's financial and annual reports on 26 companies. The results of this study indicate that tax aggressiveness and media exposure have no effect on the disclosure of corporate social responsibility because both aggressive and non-aggressive towards taxes both continue to carry out CSR activities, because this has become the responsibility of the company to the surrounding environment to reduce the negative impact generated by the company and maximize the impact. positively related to CSR activities. Gender diversity has a negative effect on the disclosure of corporate social responsibility.

Keywords: *Tax aggressiveness, media exposure, gender vidersity, disclosure of corporate social responsibility.*

1. PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah rancangan dan program yang dipersiapkan dan diluncurkan oleh perusahaan demi kepedulian dan kewajiban terhadap kondisi lingkungan dan social di lingkungan internal dan eksternal. Banyak emiten di Indonesia yang telah menerapkan praktik pengungkapan CSR. *Corporate Social Responsibility* harus bertumpu pada *triple bottom lines*, dalam sebuah perusahaan tidak hanya memaksimalkan keuntungan tanpa memandang dampaknya, tetapi juga meninjau kondisi sosial dan lingkungan. Penelitian Garel & Petit-Romec (2020) memberikan bukti bahwa perusahaan dengan mengungkapkan CSR secara terbuka akan dihargai oleh para pemaku kepentingan.

Indonesia telah memiliki peraturan pemerintah tentang pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yaitu Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas. Tetapi, ada beberapa perusahaan yang belum mengimplementasikan sinkron dengan perundang-undangan dan beberapa pelaku bisnis telah

memandang bahwa program CSR hanya sebagai bentuk aktivitas yang dilakukan sukarela. Perusahaan yang melakukan program CSR dapat meningkatkan *image* perusahaan di depan publik. Agar perusahaan dapat terus bertahan dan sejahtera dalam dunia bisnis, mereka membutuhkan fokus pada keberlanjutan, bukan hanya pertumbuhan ekonomi perusahaan. Keberlanjutan perusahaan adalah sudut pandang tentang bagaimana kegiatan dilakukan secara terencana dan sistematis oleh perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, kualitas hidup dan lingkungan sekitar (Rizfani & Lubis, 2019).

Aktivitas CSR yang dilangsungkan oleh perusahaan salah satunya sebagai wujud kewajiban sosial perusahaan atas aktivitas bisnisnya yang membawa dampak sosial bagi masyarakat. Salah satu contoh dampak aktivitas perusahaan terhadap masyarakat nampak pada kasus pencemaran lingkungan yang terjadi di Bengawan Solo. Pada 10 Mei 2020, pipa pengolahan limbah PT Rayon Utama Makmur (RUM) bocor dan dialirkan ke Kali Gupit. Warga Dusun Ngepos mengeluhkan limbah dari PT RUM mencemari air sumur mereka dan menimbulkan bau yang tidak sedap. Pada tanggal 13 dan 15 Mei dilakukan uji baku mutu air sampel. Hasil uji laboratorium menunjukkan bahwa kadar sulfida tiap-tiap tempat memperoleh 0,8, 0,6 dan 1,0 yang melampaui batas baku mutu 0,3. Kadar sulfida yang tinggi bisa membuat kulit gatal dan menyebabkan nyeri kulit. Bintoro Dibyoseputro, Sekretaris PT RUM, membantah perusahaan itu mencemari lingkungan. Bintoro Dibyoseputro menyatakan bahwa penyisihan limbah perusahaan sudah memenuhi standar ketentuan yang sudah berlaku dalam sistem pelaporan pemantauan online (Tirto.id, 2020).

Kegiatan suatu organisasi/perusahaan tidak terlepas dari kontak masyarakat, maka suatu perusahaan harus melaksanakan suatu program CSR yang mana bisa sebagai bentuk perhatian terhadap masyarakat dan lingkungan. Berdasarkan fenomena dan *gap research* yang sudah diuraikan jelas diatas, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh agresivitas pajak, *media exposure* dan *gender diversity* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2. KAJIAN PUSTAKA

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility adalah kewajiban berkelanjutan perusahaan, yaitu bertanggung jawab secara social, ekonomi, hukum, etis dan sukarela atas dampak perilaku ekonomi perusahaan terhadap masyarakat, serta secara aktif meningkatkan usaha yang berkesinambungan (Lako, 2018).

Konsep dari CSR yaitu perusahaan harus memiliki tanggungjawab terhadap investor, karyawan, masyarakat dan lingkungan dalam memenuhi semua factor fungsional perusahaan yang mencekal factor ekonomi, social dan lingkungan. Bentuk kepedulian perusahaan yang didasari tiga prinsip dasar *triple bottom lines*, yaitu *profit*, *people* dan *planet*. Pengungkapan CSR adalah laporan tanggung jawab social yang disusun dalam *sustainability report* (Aulia, 2018). *Sustainability report* merupakan laporan hasil dari kegiatan suatu perusahaan dalam pembangunan keberlanjutan terhadap masyarakat dan lingkungan.

Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak termasuk dari aktivitas penghindaran pajak bagi perusahaan untuk ikut serta menurunkan tarif pajak efektif (Harjito et al., 2017). Sementara itu, seperti yang dikatakan Indrajati et al., (2017) agresivitas pajak adalah memanipulasi penghasilan kena pajak melalui Tindakan perencanaan.

Menurut Plorensia & Hadiningsih (2015) kegiatan CSR perusahaan memiliki tujuan untuk mendapatkan legitimasi dari publik kemudian perusahaan mendapatkan kepercayaan untuk keberlangsungan kegiatannya. Namun, perusahaan tidak semata-mata terpusat pada kepentingan masyarakat dan lingkungannya saja, perusahaan juga memiliki kepentingan untuk memaksimalkan kemakmuran *stakeholder*-nya dengan cara meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Jika suatu perusahaan agresivitas pajak tinggi maka mempengaruhi perusahaan untuk mengungkapkan CSR, hal tersebut merupakan strategi untuk memperoleh legitimasi dari masyarakat dan beban pajak yang dikeluarkan akan dialihkan menjadi beban CSR.

Hipotesis 1: Agresivitas Pajak berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

Media Exposure

Media exposure merupakan wadah untuk melaporkan suatu aktivitas CSR perusahaan dengan menggunakan *website* perusahaan dan sebagai suatu *platform* untuk berkomunikasi antara perusahaan dan masyarakat ataupun dengan *stakeholders*. *Website* perusahaan merupakan fitur internet yang mana bisa menjadi platform perusahaan untuk berkomunikasi terhadap *stakeholders* dan masyarakat.

Menurut Mashuri & Ermaya (2020) penggunaan *website* merupakan pilihan yang tepat untuk media *disclosure* dan dapat memenuhi kebutuhan stakeholders dalam mengkomunikasikan kegiatan CSR perusahaan. Perusahaan yang melakukan publikasi kegiatan CSR di *website* perusahaan menarik perhatian masyarakat dan dapat meningkatkan reputasi perusahaan (Plorensia & Hardingsih, 2015).

Hipotesis 2 : *Media Exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility Gender Diversity*

Keberagaman gender perempuan dalam jajaran direksi menunjukkan bahwa perusahaan telah mengurangi derajat diskrimansi, artinya perusahaan memberikan kesempatan sama bagi semua orang yang secara tidak langsung meningkatkan reputasi perusahaan di hadapan investor (Kristina & Wiratmaja, 2018).

Keberadaan jajaran dewan komisaris dan direksi perusahaan tidak memandang *gender*, sehingga tidak menimbulkan diskriminasi dan dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan. Teori *stakeholder* juga menjelaskan mengenai *gender diversity* yang memiliki kaitan dengan teori *stakeholder* yaitu menunjukkan bahwa adanya perempuan dalam jajaran dewan memberikan pengaruh positif pada upaya perusahaan melakukan donasi dalam kegiatan CSR dan akhirnya perusahaan mendapatkan citra yang baik (Yasser et al., 2017).

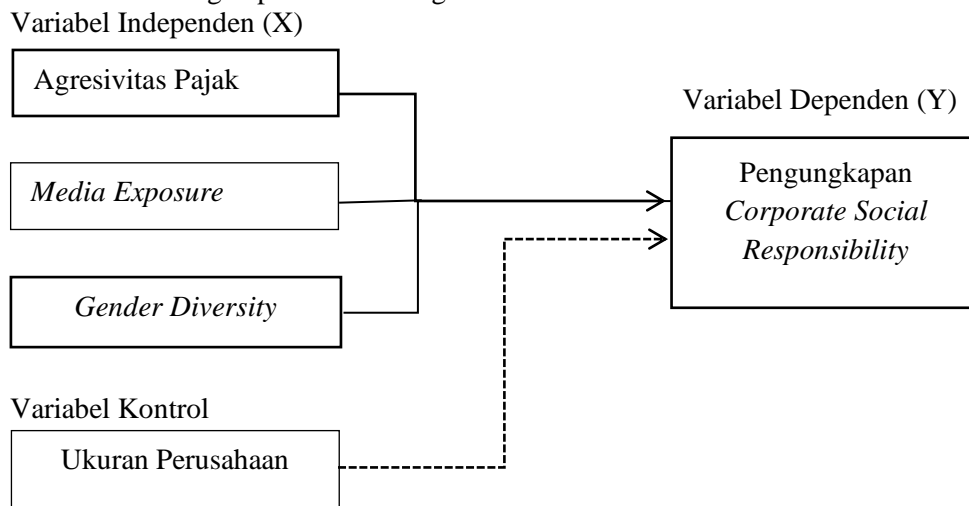
Hipotesis 3 : *Gender Diversity* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *coporate social responsibility*.

Variabel Kontrol

Ukuran Perusahaan

Semakin besar ukuran perusahaan yang terlibat dalam jumlah kekayaan dan penjualan yang tinggi, maka akan menarik pihak eksternal dalam berkepentingan diperusahaan, sehingga meningkatkan tuntunan manajer untuk melaporkan keuangan perusahaan yang baik sesuai dengan keinginan pihak luar perusahaan (Rahmawati & Fajri, 2021).

Berikut model dari kerangka penelitian sebagai berikut:



3. METODOLOGI PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan adalah perusahaan manufaktur dan sumber daya alam (pertambangan dan pertanian) yang listing di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017 sampai tahun 2019.

Sampel pada penelitian ini dalam memilih sampel penelitian peneliti menetapkan kriteria dan pertimbangan tertentu. Selama periode pengamatan 2017-2019 terdapat 78 sampel.

Metode Pengumpulan data

Pada penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

a. Dokumentasi

Cara pengumpulan data dengan melakukan pengumpulan salinan, membaca, meneliti dan mengkaji data sekunder yang didapat dari pihak lain.

b. Penelitian Pustaka (*Library Research*)

Metode penelitian kepustakaan dengan cara mengumpulkan informasi melalui literatur pada jurnal-jurnal terdahulu dan buku referensi yang memiliki hubungan dengan variabel yang diteliti.

Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel

Penelitian ini memiliki tiga jenis variable yaitu variable terikat pengungkapan CSR, variable bebas dengan agresivitas pajak, media exposure dan *gender diversity* dan variable kontrol dengan ukuran perusahaan. Pengungkapan CSR perusahaan berkaitan dengan proses pengungkapan informasi aktivitas perusahaan dan menyebabkan pengaruhnya terhadap masyarakat dan lingkungan. Pengukuran pengungkapan CSR menggunakan CSR *Diclosure Index* (CSRDI) mangacu pada indikator pengungkapan *Global Reporting Initiatives* (GRI) versi 4 ada 91 indikator berdasarkan GRI G4 dan GRI Standards. Alasan peneliti menggunakan 2 pengukuran karena pada tanggal 1 juli 2018 sudah ditetapkannya GRI Standards untuk laporan keberlanjutan dan peneliti menggunakan sampel 2017-2019 karena pada tahun 2017 masih ada perusahaan yang menggunakan GRI G4. Dengan rumus pengukuran pengungkapan CSR adalah :

$$CSRDi = \frac{\text{Jumlah item informasi CSR yang diungkapkan}}{91 \text{ item informasi CSRD GRI G4}}$$

$$CSRDi = \frac{\text{Jumlah item informasi CSR yang diungkapkan}}{78 \text{ item informasi CSRD GRI Standards}}$$

Agresivitas pajak merupakan suatu bentuk dimana perusahaan melakukan upaya penurunan tarif pajak efektif (Harjito et al., 2017). Pada pengukuran agresivitas pajak peneliti mengacu pada penelitian Pohan (2019) dengan pengukuran *Book Tax Difference* (BTD). Menggunakan rumus sebagai berikut:

$$BTD = \frac{(\text{Pretax Income} - \text{Taxable Income})}{\text{Total Aset}}$$

$$\text{Taxable Income} = \frac{\text{Net Income}}{1 - t}$$

Media exposure merupakan wadah untuk melaporkan suatu kegiatan CSR perusahaan. Pengukuran *media exposure* pada penelitian ini dilakukan dengan menghitung jumlah liputan atau artikel tentang aktivitas CSR perusahaan yang di terbitkan oleh media massa seperti kompas.com, tirto.id, detik.com dan media massa mainstream lainnya. Pengukuran dilakukan dengan cara melakukan pencarian di web dengan menggunakan kata kunci nama perusahaan dan kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan. Pengukuran ini mengacu pada penelitian Widiastuti et al., (2018). Dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$ME = \sum \text{Jumlah liputan atau artikel kegiatan CSR Perusahaan}$$

Pada pengukuran Gender diversity mengacu pada penelitian Farida (2019) yang menggunakan pengukuran dari proporsi jumlah dewan komisaris perempuan. Dengan rumus sebagai berikut:

$$GD = \frac{\text{Jumlah dewan komisaris perempuan}}{\text{Jumlah anggota dewan komisaris}}$$

Pengukuran untuk variabel kontrol peneliti mengacu pada penelitian (Rahmat & Kustiawan, 2018) dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Size} = \text{Log} (\text{Total Asset})$$

Rumus tersebut digunakan karena total aset perusahaan dapat menggambarkan kondisi ukuran perusahaan besar dan kecilnya perusahaan.

Model persamaan penelitian menggunakan analisa regresi data panel dan data diproses dengan menggunakan program STATA 14. Regresi data panel digunakan untuk menguji pengaruh agresivitas pajak, media *exposure* dan *gender diversity* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Model estimasinya sebagai berikut.

$$CSR D_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 BT D_{i,t} + \beta_2 ME_{i,t} + \beta_3 GD_{i,t} + \beta_4 SIZE_{i,t} + e_{i,t}$$

Keterangan:

CSR D : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

β_0 : Konstanta

β_1 - β_4 : Koefisien regresi

BTD : Agresivitas Pajak

ME : *Media Exposure*

GD : *Gender Diversity*

SIZE : Ukuran Perusahaan

e : error

t : periode/tahun

i : Perusahaan

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel. 1 Tabel Data Statistik Deskriptif

Variable	Obs	Mean	Std. Dev.	Min	Max
CSR D	78	0,3036771	0,1508861	0,0384615	0,6923077
BTD	78	0,0036543	0,0127356	-0,0356092	0,0456973
ME	78	1,24359	1,676312	0	8
GD	78	0,0567002	0,1021562	0	0,4285714
FS	78	30,80742	0,9196483	29,21111	33,49453

Dimana : CSR D=Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, BTD=*Book Tax Difference*, ME=*Media Exposure*, GD=*Gender Diversity*, FS=*Firm Size*

Sumber: Output STATA v.14, hasil olah peneliti (2021)

Hasil observasi yang dilakukan terhadap 78 sampel yang dilakukan pada semua variabel termasuk variabel Pengungkapan CSR dan CSR D yang diukur menggunakan GRI G4 dan GRI Standards dan memiliki rata-rata adalah 0,3036771 dan nilai dari simpangan baku (*standard deviasi*) sebesar 0,1508861. Mean dari pengungkapan CSR sebesar 30,36% hal ini berarti bahwa rata-rata perusahaan sampel manufaktur dan sumber daya alam melakukan pengungkapan CSR sebesar 30,36% dan berdasarkan pengukuran GRI G4 yang jumlah pengungkapan CSR ada 91 item berarti rata-rata perusahaan sampel manufaktur dan sumber daya alam hanya mengungkapkan 28 item ($0,3036771 \times 91$ item). Sedangkan pengukuran GRI Standards jumlah pengungkapan CSR ada 78 item berarti rata-rata perusahaan sampel manufaktur dan sumber daya alam hanya mengungkapkan 24 item ($0,3036771 \times 78$), hal ini menunjukkan rendahnya perusahaan sampel manufaktur dan sumber daya alam dalam melakukan pengungkapan CSR. Nilai maksimal yang dimiliki oleh variabel pengungkapan CSR adalah sebesar 0,6923077 yang dimiliki oleh Indah Kiat Pulp & Paper Tbk. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa entitas perusahaan sudah melakukan pengungkapan CSR dengan baik. Sementara itu, nilai minimal yang dimiliki oleh variabel pengungkapan CSR adalah 0,0384615 yang dimiliki oleh Elnusa Tbk. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa entitas perusahaan belum mengungkapkan CSR secara keseluruhan dan masih rendah.

Variabel agresivitas pajak yang diukur menggunakan *book tax difference* (BTD) adalah 0,0036543 nilai rata-rata agresivitas pajak dalam penelitian ini adalah sebesar 0.0036543 atau sebesar 0,36%. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan sampel dalam penelitian ini cenderung melakukan agresivitas pajak dimana laba akuntansi lebih besar daripada laba fiskal dan nilai dari simpangan baku (*standard deviasi*) sebesar 0,127356. Perbandingan antara nilai *mean* dan *standard deviasi* yaitu $0,0036543 < 0,127356$ dimana *mean* memiliki nilai lebih rendah dari nilai yang dimiliki oleh *standard deviasi* menunjukkan bahwa agresivitas pajak memiliki sebaran dan fluktuasi yang rendah. Nilai maksimal yang dimiliki oleh variabel agresivitas pajak adalah sebesar 0,0456973 nilai tersebut mengindikasikan bahwa entitas perusahaan tersebut memiliki laba akuntansi yang lebih besar dibandingkan dengan laba fiskal. Sementara itu, nilai minimal yang dimiliki oleh variabel agresivitas pajak adalah -0,0356092 yang dimiliki oleh Indika Energy Tbk. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut memiliki laba akuntansi lebih kecil di bandingkan dengan laba fiskal.

Variabel *media exposure* yang diukur menggunakan jumlah berita/artikel adalah 1,24359 hal ini menunjukkan bahwa rata-rata publikasi berita/artikel kegiatan CSR perusahaan sampel hanya satu liputan dan nilai dari simpangan baku (*standard deviasi*) sebesar 1,676312. Perbandingan antara nilai *mean* dan *standard deviasi* yaitu $1,24359 < 1,676312$ dimana *mean* memiliki nilai lebih rendah dari nilai yang dimiliki oleh *standard deviasi* menunjukkan bahwa *media exposure* memiliki sebaran dan fluktuasi yang rendah. Nilai maksimal yang dimiliki oleh variabel *media exposure* adalah sebesar 8 nilai tersebut mengindikasikan bahwa entitas perusahaan tersebut telah menarik media untuk meliput terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Sementara itu, nilai minimal yang dimiliki oleh variabel *media exposue* adalah 0 yang dimiliki oleh 19 perusahaan dari 26 perusahaan. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut belum mampu menarik media dalam kegiatan CSR perusahaan.

Variabel *gender diversity* yang diukur menggunakan proxy dewan komisaris wanita adalah 0,0567002 hal ini menunjukkan bahwa rata-rata pada perusahaan sampel dalam periode 2017-2019 rata-rata dewan komisaris wanita sebesar 5% dan nilai dari simpangan baku (*standard deviasi*) sebesar 0,1021562. Perbandingan antara nilai *mean* dan *standard deviasi* yaitu $0,0567002 < 0,1021562$ dimana *mean* memiliki nilai lebih rendah dari nilai yang dimiliki oleh *standard deviasi* menunjukkan bahwa *gender diversity* memiliki sebaran dan fluktuasi yang rendah. Nilai maksimal yang dimiliki oleh variabel *gender diversity* adalah sebesar 0,4285714 yang dimiliki oleh Kalbe Farma Tbk. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa entitas perusahaan tersebut memiliki proporsi dewan komisaris wanita sebesar 4%. Sementara itu, nilai minimal yang dimiliki oleh variabel *gender diversity* adalah 0, perusahaan yang tidak memiliki dewan komisaris wanita ada 16 perusahaan dari 26 perusahaan sampel. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut tidak memiliki dewan komisaris wanita.

Variabel ukuran perusahaan yang diukur menggunakan *logaritma natural total aset* adalah 30,80742 dan nilai dari simpangan baku (*standard deviasi*) sebesar 0,9196483. Perbandingan antara nilai *mean* dan *standard deviasi* yaitu $30,80742 > 0,9196483$. Nilai maksimal yang dimiliki oleh variabel ukuran perusahaan adalah sebesar 33,49453 yang dimiliki oleh Astra International Tbk pada tahun 2019 memiliki total aset sebesar Rp 351.958.000.000.000. Sementara itu, nilai minimal yang dimiliki oleh variabel ukuran perusahaan adalah 29,21111 yang dimiliki oleh Elnusa Tbk pada tahun 2017 memiliki total aset sebesar Rp 4.855.369.000.000.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Skewness Kurtosis Test

Variable	Skewness	Kurtosis
CSR	.693889	3.151835
BTD	.2233397	5.485124
ME	1.625407	5.506292
GD	1.718367	5.072553
FS	.8036497	3.774207

Dimana : CSR=Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, BTD=*Book Tax Difference*, ME=*Media Exposure*, GD=*Gender Diversity*, FS=*Firm Size*

Sumber: Output STATA v.14, hasil diolah peneliti (2021)

Hasil output data dari aplikasi STATA v.14 berdasarkan *Skewness Kurtosis Test* pada Tabel 2 dapat dilihat bahwa nilai *skewness* di bawah 3 dan *kurtosis* di bawah 10 dimana pada variabel pengungkapan CSR, agresivitas pajak, *media exposure*, *gender diversity* dan ukuran perusahaan sudah terdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat berdasarkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF < 10 maka dapat diinterpretasikan bahwa data pada variabel independent tidak mempengaruhi satu sama lain. Hasil output data uji multikolinieritas dengan menggunakan STATA v.14 sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

Variable	VIF	1/VIF
ME	1.29	0.775626
FS	1.20	0.833818
BTD	1.09	0.915751
GD	1.03	0.970555
Mean VIF	1.15	

Dimana : CSR=Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, BTD=*Book Tax Difference*, ME=*Media Exposure*, GD=*Gender Diversity*, FS=*Firm Size*

Sumber: Output STATA v.14, hasil oleh peneliti (2021)

Pada Tabel 3 dapat lihat bahwa nilai setiap variabel pada penelitian ini memiliki nilai VIF < 10. Sehingga, setiap variabel independent dan variabel kontrol tidak memiliki masalah multikolinieritas pada model regresi penelitian ini.

Uji Heterokedastisitas

Untuk pengujian heterokedastisitas adalah melakukan uji *Breusch Pagan Godfrey* dengan kriteria yaitu Ketika nilai probability > 0,05 maka data tidak memiliki masalah heterokedastisitas. Hasil uji *General Least Square* (GLS) pada STATA v.14 output data sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Heterokedastisitas

	Chi2 (1)	Prob>chi2
FV	3.59	0,05830

Sumber: Output STATA v.14, hasil oleh peneliti (2021)

Berdasarkan Tabel 4 hasil uji heterokedastisitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi p-value sebesar 0,05830 dimana nilai p-value > 0,05 yang berarti pada data tersebut tidak terjadi permasalahan heterokedastisitas.

Uji Autokorelasi

Masalah yang terjadi pada autokorelasi disebabkan error, kekurangannya variabel yang tidak dimasukkan dalam persamaan model regresi dan tidak adanya hubungan antar variabel independent terhadap variabel dependen. Hasil uji autokorelasi pada STATA v.14 output data sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

F(1, 25)	9,249
Prob > F	0,0055

Sumber: Output STATA v.14, hasil oleh peneliti (2021)

Berdasarkan Tabel 5 dapat dilihat bahwa nilai Prob > 0,05 (0,0055 < 0,05) yang artinya ada permasalahan autokorelasi. Sehingga perlu diatasi dengan melakukan *General Least Square*. Hasil uji *General Least Square* pada STATA v.14 ditunjukkan pada data berikut:

Tabel 6. Hasil Uji General Least Square

Cross-sectional time-series FGLS regression

Coefficients:	generalized least squares
Panels:	Homoscedastic
Correlation:	no autocorrelation

Sumber: Output STATA v.14, hasil oleh peneliti (2021)

Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan bahwa sudah tidak ada permasalahan mengenai autokorelasi.

Uji Pemilihan Metode Regresi Data Panel

Uji Hausman

Pada uji hausman *Random Effect* merupakan model estimasi terbaik untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independent terhadap dependen. Hasil uji hausman pada STATA v.14 output data sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Hausman

Chi (4)	1,14
Prob>chi2	0,8876

Sumber: Output STATA v.14, hasil oleh peneliti (2021)

Hasil uji hausman pada Tabel 7 menunjukkan bahwa model penelitian yang paling tepat dalam penelitian ini ialah *random effect model* dimana hasil prob>chi2 menunjukkan angka sebesar 0,8876. Hasil prob>chi2 yang menunjukkan angka lebih besar dari 0,05 menyatakan bahwa pilihan terbaik dalam penelitian ini adalah *Random Effect Model*.

Uji Hipotesis

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Regression Model	
	Random Effect Model	
	Coef.	P> z
Cons	-.1647103	0.781
VAR_BTD	-.2659493	0.842
VAR_ME	.0064122	0.562
VAR_GD	-.381512	0.019
VAR_FS	.0156786	0.420
F-Value	2.93	
Sig	0.5699	
R-Squared	0.0818	
N	78	

Tingkat Signifikansi 5% Dimana : CSR=Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, BTD=*Book Tax Difference*, ME=*Media Exposure*, GD=*Gender Diversity*, FS=*Firm Size*

Sumber: Output STATA v.14, hasil oleh peneliti (2021)

Uji Regresi Parsial (t)

Berdasarkan pada tabel 8 nilai *coefficient* dari agresivitas pajak sebesar -0,2659493 dimana menunjukkan pengaruh negative. Nilai *probability* ($P>|t|$) adalah 0,842 lebih besar dari level signifikansi yaitu 0,05 atau 5% ($0,842 > 0,05$) yang menunjukkan H1 ditolak. Dapat disimpulkan semakin perusahaan melakukan tindakan agresivitas pajak maka akan menurunkan pengungkapan CSR dengan asumsi variabel independen lainnya tidak berubah.

Nilai *coefficient* untuk variabel *media exposure* sebesar 0,0064122. Dimana pengaruh menunjukkan positif, maka ketika variabel media exposure tersebut mengalami kenaikan 1, dapat diinterpretasikan bahwa perusahaan yang memiliki publikasi/berita/artikel dapat meningkatkan pengungkapan CSR suatu perusahaan sebesar 0.006586 atau 0.65%. Nilai *probability* ($P>|t|$) adalah 0,562 lebih besar dari level signifikansi yaitu 0,05 atau 5% ($0,562 > 0,05$) yang menunjukkan H2 ditolak.

Nilai *coefficient* untuk *gender diversity* sebesar 0,381512 dimana pengaruh menunjukkan negative. Nilai *probability* ($P > |t|$) adalah 0,019 lebih kecil dari level signifikansi yaitu 0,05 atau 5% ($0,019 < 0,05$) diterima tapi tidak sesuai dengan hipotesis maka H3 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa dewan komisaris wanita tidak meningkatkan pengungkapan CSR.

Nilai *coefficient* ukuran perusahaan sebesar 0,0156786 dimana menunjukkan arah positif, maka ketika variabel ukuran perusahaan mengalami kenaikan 1, pengungkapan CSR mengalami kenaikan sebesar 0,0156786. Tingkat *probability* yang dimiliki juga lebih besar dari level signifikansi yaitu $0,420 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka pengungkapan CSR perusahaan mengalami peningkatan. Hal ini disebabkan karena suatu perusahaan yang dikategorikan ukuran besar akan memberikan tekanan dari publik karena perusahaan tersebut menarik media serta menuntut perusahaan untuk melakukan kegiatan CSR.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Nilai R-square yang terdapat pada Tabel 8 atas variabel agresivitas pajak, *media exposure*, *gender diversity* dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur dan perusahaan sumber daya alam adalah sebesar 0.0818 atau sebesar 8,18%. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa kemampuan variabel independent (agresivitas pajak, *media exposure* dan *gender diversity*) dan variabel kontrol (ukuran perusahaan) mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 8,18% sementara yang lainnya dipengaruhi oleh faktor lain.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Dalam penelitian ini, agresivitas pajak diukur dengan menggunakan rasio *book tax difference* (BTD) dimana menggunakan selisih antara laba akuntansi dengan laba fiskal. Hasil pengujian hipotesis pada Tabel 8 menunjukkan tingkat signifikan variabel agresivitas pajak sebesar 0,842 nilai ini lebih besar dari 0,05 atau 5% serta menunjukkan nilai koefisien negatif sebesar -0,2659493. Hasil tersebut membuktikan bahwa H1 ditolak dan dapat disimpulkan bahwa agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian ini menyatakan tidak terdapat hubungan antara agresivitas pajak dengan pengungkapan CSR suatu perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan yang agresif maupun tidak terhadap pajak keduanya tetap melakukan kegiatan CSR, karena hal ini sudah menjadi tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitar untuk mengurangi dampak negatif yang dihasilkan perusahaan dan memaksimalkan dampak positif terkait kegiatan CSR. Hal ini dipekuat dengan hasil data statistik peneliti dimana dapat dilihat bahwa pada tahun 2019 perusahaan Timah Tbk dalam mengungkapkan CSR sebanyak 41 item dari 78 item yaitu sebesar 0,5256 atau 52,56% dan tingkat agresivitas pajaknya rendah sebesar -0,0125 dan pada tahun 2018 perusahaan Bukit Asam Tbk dimana tingkat agresivitas perusahaan rendah sebesar -0,0012 tetapi perusahaan melakukan pengungkapan CSR sebanyak 51 item dari 78 item setara dengan 0,6538 atau 65,38% dimana dari data statistik peneliti menyimpulkan bahwa agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hasil ini juga tidak selaras dengan teori legitimasi, yang menyatakan semakin besar agresivitas pajak suatu perusahaan, maka semakin besar pula tingkat pengungkapan CSR dan perusahaan hanya ingin meningkatkan *image* perusahaan dan mendapatkan legitimasi dari masyarakat. Agresivitas pajak di Indonesia belum dipublikasikan seperti di negara lain yang menggunakan system pengurutan perusahaan dari tingkat agresif pajaknya (Yuniarti & Astuti, 2020).

Pengaruh Media Exposure terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hasil dari uji hipotesis terhadap variabel *media exposure* menunjukkan bahwa variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hasil pengujian hipotesis pada Tabel 8 menunjukkan tingkat signifikansi variabel *media exposure* sebesar 0,562 nilai ini lebih besar 0,05 atau 5% serta menentukan nilai koefisien positif sebesar 0,0064122. Hasil tersebut membuktikan bahwa H2 ditolak dan dapat disimpulkan bahwa *media exposure* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Menurut teori legitimasi, perusahaan perlu mengungkapkan kinerja positifnya terhadap stakeholder agar mendapatkan pengakuan, sehingga perusahaan memperoleh kepercayaan dari mereka. Pemberitaan mengenai aktivitas sosial oleh media merupakan pemberitaan yang bersifat positif. Menurut penelitian Widiastuti et al. (2018) pemberitaan positif cenderung tidak memotivasi perusahaan, karena manajemen merasa citranya sudah baik, sehingga tidak perlu membuat pengungkapan CSR. Penelitian ini selaras dengan (Nugraheni et al., 2021) perusahaan dalam mengungkapkan informasi masih rendah dan perusahaan belum memaksimalkan platform digital dengan baik. Hal ini di perkuat dengan data statistik penelitian ini dapat

dilihat pada tahun 2019 perusahaan Aneka Tambang Tbk dapat pemberitaan mengenai kegiatan CSR sebanyak 8 liputan dan hasil pengungkapan CSR nya masih dibawah 50% yaitu sebesar 0,3462 atau 34,62% hanya mengungkapkan 27 item dari 78 item pengungkapan. Pada tahun 2017 perusahaan Astra Agro Lestari Tbk mendapatkan pemberitaan mengenai kegiatan CSR sebanyak 1 liputan dan hasil pengungkapan CSR lebih dari 50% yaitu sebesar 0,6703 atau 67,03% hanya mengungkapkan 61 item dari 91 item pengungkapan. Sehingga *media exposure* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Gender Diversity Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Gender diversity (dewan komisaris wanita) diukur menggunakan proksi jumlah dewan komisaris wanita dibagi dengan jumlah dewan komisaris yang terdapat pada perusahaan. Hasil pengujian hipotesis pada Tabel 8 menunjukkan tingkat signifikansi variabel *gender diversity* sebesar 0,019 nilai ini lebih kecil 0,05 atau 5% serta menunjukan nilai koefisien negatif sebesar -0,381512. Hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa *gender diversity* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR ditolak.

Berdasarkan hasil tersebut, bahwa *gender diversity* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini tidak mendukung teori stakeholder dimana dalam jajaran dewan memberikan pengaruh pada upaya perusahaan dalam pengungkapan CSR. Kehadiran perempuan dalam struktur dewan akan mempengaruhi rendahnya pengungkapan CSR. Hal ini dimungkinkan karena sikap kehati-hatian perempuan dalam bersikap dan bertindak mempengaruhi keputusan yang diambil. Berdasarkan data statistik deskriptif dapat dilihat bahwa proporsi dewan komisaris wanita dalam dewan komisaris hanya 5%. Di Indonesia belum ada peraturan yang mengharuskan persentase keberadaan wanita dalam jajaran dewan berbeda dengan negara lain yang mengharuskan 40% merupakan perempuan yang berada didalam jajaran dewan (Isidro & Sobral, 2015). Ketika proposi wanita dalam suatu kelompok meningkat, mereka dapat bentuk aliansi melalui dukungan dan penaruh timbal balik. Sedangkan perempuan dalam jajaran dewan minoritas, keberadaan mereka mungkin tidak mengizinkan perusahaan dalam pengungkapan informasi (Anggraeni, 2020). Sehingga hal ini menunjukan keberadaan perempuan dalam dewan masih tergolong kecil dibandingkan dengan negara lain. *Gender diversity* (dewan komisaris wanita) dalam persentase tertentu belum mampu mempengaruhi pengungkapan CSR. Hal diperkuat dengan data statistik penelitian ini dapat dilihat pada tahun 2019 perusahaan Timah Tbk tidak memiliki dewan komisaris wanita tetapi dalam mengungkapkan CSR sudah mengungkapkan lebih 50% sebesar 0,5256 atau 52,56%. Dan pada tahun 2019 perusahaan Kalbe Farma Tbk dewan komisaris wanita mendapatkan 4% rendah dalam mengungkapkan CSR hanya 17,95%. Sehingga *gender diversity* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Hasil dari uji hipotesis terhadap variabel ukuran perusahaan menunjukan bahwa tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal pengujian hipotesis pada Tabel 8 menunjukan signifikansi variabel ukuran perusahaan sebesar 0,420 dimana angka tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0.05 serta menentukan nilai koefisien positif sebesar 0,0156786. Sehingga variabel kontrol ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dimana mencerminkan bahwa klasifikasi besaran perusahaan tidak mempengaruhi luas pengungkapan CSR.

5. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari tindakan pengujian data mengenai agresivitas pajak, media exposure dan *gender diversity* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* yang telah dilakukan dalam penelitian ini maka dapat diambil kesimpulan agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal tersebut menunjukan bahwa perusahaan yang agresif maupun tidak terhadap pajak keduanya tetap melakukan kegiatan CSR, karena hal ini sudah menjadi tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitar untuk mengurangi dampak negatif yang dihasilkan perusahaan dan memaksimalkan dampak positif terkait kegiatan CSR. *Media exposure* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Menurut teori legitimasi, perusahaan perlu mengungkapkan kinerja positifnya terhadap stakeholder agar mendapatkan pengakuan, sehingga perusahaan memperoleh kepercayaan dari mereka. Pemberitaan mengenai aktivitas sosial oleh media merupakan pemberitaan yang bersifat positif. Pemberitaan positif cenderung tidak memotivasi perusahaan, karena manajemen merasa citranya sudah baik, sehingga tidak perlu membuat pengungkapan CSR. *Gender diversity* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Kehadiran perempuan dalam struktur dewan akan mempengaruhi rendahnya pengungkapan CSR. Di Indonesia belum ada peraturan yang mengharuskan persentase keberadaan wanita dalam jajaran dewan berbeda dengan negara lain yang mengharuskan 40% merupakan perempuan yang

berada didalam jajaran dewan. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *pengungkapan corporate social responsibility*. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak akan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab social perusahaan. perusahaan besar tidak akan selalu mengungkapkan lebih banyak tanggung jawab social perusahaan untuk mempengaruhi pihak internal dan eksternal yang berkepentingan dengan perusahaan.

Saran

Berdasarkan keterbatasan dan kesimpulan yang sudah ditulis oleh peneliti maka terdapat beberapa saran sebagai berikut:

- a. Bagi Peneliti Selanjutnya
Untuk peneliti selanjutnya yang ingin meneliti lebih lanjut mengenai pengaruh agresivitas pajak, *media exposure* dan *gender diversity* terhadap pengungkapan CSR agar menambahkan populasi yang dijadikan sampel penelitian dan menggunakan pengukuran yang lebih relevan dan menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR.
- a. Saran Praktis
 - 1) Bagi Perusahaan
Hasil penelitian ini agar lebih dapat dipahami oleh pelaku bisnis terutama bagi perusahaan manufaktur dan sumber daya alam agar lebih peduli terhadap lingkungan dan pentingnya kegiatan CSR.
 - 2) Bagi Investor
Hasil penelitian agresivitas pajak tidak berpengaruh, artinya investor tidak bisa menggunakan CSR sebagai salah satu alat indikasi praktik agresivitas pajak dalam suatu perusahaan.
 - 3) Bagi Regulator
Diharapkan untuk membuat peraturan terkait kesetaraan dalam mengenai jumlah minimum dewan komisaris wanita dalam jajaran dewan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amali, Z. (2020). *Bau Busuk Limbah Pabrik Pencemar Bengawan Solo*. Tirto.Id. <https://tirto.id/bau-busuk-limbah-pabrik-pencemar-bengawan-solo-f4GM>
- Anggraeni, N. (2020). Gender, Komisaris Independen, Ukuran Dewan, Komite Audit, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(7), 1827. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i07.p16>
- Aulia, T. Z. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Berdasarkan Indikator Global Reporting Initiative (Gri) Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Univ Muhammadiyah Tangerang*, 2, 16–31. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/imre.12028/abstract>
- Farida, D. N. (2019). Pengaruh Diversitas Gender Terhadap Pengungkapan Sustainability Development Goals. *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 8(2), 89. <https://doi.org/10.30659/jai.8.2.89-107>
- Galuh Kirana Nugraheni, Widyastuti, S., & Fahria, R. (2021). Pengaruh good corporate governance, ukuran perusahaan, dan media exposure terhadap environmental disclosure. *KORELASI Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(40).
- Garel, A., & Petit-Romec, A. (2020). *Investors reward environmental responsibility in the COVID-19 crisis*. July, 8–15.
- Harjito, Y., Sari, C. N., & Yulianto, -. (2017). Tax Aggressiveness Seen From Company Characteristics and Corporate Social Responsibility. *Journal of Auditing, Finance, and Forensic Accounting*, 5(2), 77. <https://doi.org/10.21107/jaffa.v5i2.3765>
- Indrawaji, D., Djumena, S., & Yuniarwati, Y. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei 2013–2015. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 125. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v1i1.415>
- Isidro, H., & Sobral, M. (2015). The Effects of Women on Corporate Boards on Firm Value, Financial Performance, and Ethical and Social Compliance. *Journal of Business Ethics*, 132(1), 1–19. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2302-9>
-

- Kristina, I. G. A. R., & Wiratmaja, I. D. N. (2018). Pengaruh Board Diversity dan Intellectual Capital pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 22, 2313. <https://doi.org/10.24843/eja.2018.v22.i03.p25>
- Lako, A. (2018). Dekonstruksi CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis & Akuntansi: Suatu Tinjauan *. *Dekonstruksi CSR Dan Reformasi Paradigma Bisnis & Akuntansi*, December.
- Mashuri, A. A. S., & Ermaya, H. N. L. (2020). *The Effect of Tax Aggressiveness and Media Exposure on Corporate Social Responsibility Disclosure with Profitability as Moderated Variables Social and Environmental Responsibility must be owned by the company in generating profits*. 124(47), 16–28.
- Plorensia, A. P. W., & Hardiningsih, P. (2015). Pengaruh Agresivitas Pajak Dan media Eksplosure Terhadap Corporate Social Responsibility. *Dinamika Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan, Volume 4*(No.2, ISSN :1979-4878), 136–151.
- Pohan, H. T. (2019). Analisis Pengaruh Kepemilikan Institusi, Rasio Tobin Q, Akrua Pilihan, Tarif Efektif Pajak, Dan Biaya Pajak Ditunda Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Publik. *Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi, Dan Keuangan Publik*, 4(2), 113. <https://doi.org/10.25105/jipak.v4i2.4464>
- Rahmat, R. A. H., & Kustiawan, M. (2018). Corporate Social Responsibility, Size, and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis. *Journal of Accounting and Public Policy*, 31(1), 86–108. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2011.10.006>
- Rahmawati, A., & Fajri, R. (2021). Firm Size, Leverage, Dividend Policy, Ownership Structure, Earning Management: Evidence in Indonesia Stock Exchange. *Proceedings of the 4th International Conference on Sustainable Innovation 2020-Accounting and Management (ICoSIAMS 2020)*, 176(ICoSIAMS 2020), 64–71. <https://doi.org/10.2991/aer.k.210121.010>
- Rizfani, K. N., & Lubis, D. (2019). Pengungkapan Islamic Social Reporting pada Perusahaan di Jakarta Islamic Index. *Al-Muzara'ah*, 6(2), 103–116. <https://doi.org/10.29244/jam.6.2.103-116>
- Widiastuti, H., Utami, E. R., & Handoko, R. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, Growth, Dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2015). *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 3(2), 107–117. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v3i2.6745>
- Yasser, Q. R., Al Mamun, A., & Ahmed, I. (2017). Corporate Social Responsibility and Gender Diversity: Insights from Asia Pacific. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 24(3), 210–221. <https://doi.org/10.1002/csr.1400>
- Yuniarti, N., & Astuti, B. (2020). Pengaruh Agresivitas Pajak Menggunakan Proksi Book Tax Difference (Btd) Dan Cash Effective Tax Rate (Cetr) Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 183–191. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/article/view/1084/885>
-