

**PENGARUH TAX AGGRESSIVENESS DAN MEDIA
EXPOSURE TERHADAP CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY DENGAN BOARD SIZE SEBAGAI
VARIABEL MODERASI
(Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan yang
Terdaftar di BEI Periode 2017-2021)**

Ellysa Putri Setianingrum¹⁾, Anny Widiasmara²⁾, Maya Novitasari³⁾

¹Universitas PGRI Madiun

ellysaptrsetia@gmail.com

²Universitas PGRI Madiun

annywidiasmara@unipma.ac.id

³Universitas PGRI Madiun

maya.novitasari@unipma.ac.id

Abstract

This study aims to empirically examine the effect of tax aggressiveness and media exposure on corporate social responsibility with board size as a moderating variable. The population in this study is 54 mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2021. The sample in this study used a purposive sampling technique to obtain 214 data. The research method used was quantitative research obtained from the annual report from the Indonesian Stock Exchange's website. The analysis technique used multiple linear regression analysis and Moderated Regression Analysis (MRA) and the analysis tool used was the SPSS 25 program. The results showed that Tax Aggressiveness had no effect on Corporate Social Responsibility. Media Exposure influences Corporate Social Responsibility. Board Size cannot moderate the effect of Tax Aggressiveness on Corporate Social Responsibility and Board Size can moderate the effect of Media Exposure on Corporate Social Responsibility.

Keywords : *Tax Aggressiveness, Media Exposure, Corporate Social Responsibility, Board Size*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris Pengaruh *Tax Aggressiveness* Dan *Media Exposure* Terhadap *Corporate Social Responsibility* dengan *Board Size* Sebagai Variabel Moderasi. Populasi dalam penelitian sebanyak 54 perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021. Sampel dalam penelitian menggunakan teknik *purposive sampling* dengan memperoleh data 214. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif yang diperoleh dari *annual report* dari website Bursa Efek Indonesia. Teknik analisis menggunakan analisis regresi linier berganda dan *Moderated Regression Analysis* (MRA) serta alat analisis yang digunakan yaitu program SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Tax Aggressiveness* tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*. *Media Exposure* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*. *Board Size* tidak dapat memoderasi pengaruh *Tax Aggressiveness* terhadap *Corporate Social Responsibility* dan *Board Size* dapat memoderasi pengaruh *Media Exposure* terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Kata Kunci : *Tax Aggressiveness, Media Exposure, Corporate Social Responsibility, Board Size*

1. PENDAHULUAN

Perusahaan pertambangan semakin aktif memproduksi batubara, timah, nikel, emas, minyak dan gas alam, maka akan semakin menimbulkan dampak positif dan negatif pada lingkungan. Aktifitas perusahaan yang paling banyak merugikan masyarakat sekitar adalah perusahaan pertambangan (Paramita et al., 2022). Perusahaan yang beroperasi di daerah pemukiman masyarakat tentunya juga harus melihat kondisi lingkungan. Kegiatan operasional perusahaan harus lebih dikondusifkan agar tidak menimbulkan dampak di lingkungan masyarakat sekitar pertambangan (Sara Lumbantoruan et al., 2020). Perusahaan pertambangan adalah salah satu sektor sentral pertumbuhan ekonomi negara. Perusahaan pertambangan harus lebih menunjukkan tanggung jawab sosial perusahaan. Karena limbah, kerusakan alam, dan pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh aktivitas pertambangan (Wiliyan Dari, 2022). Dari dampak operasional perusahaan mengakibatkan masyarakat sadar pentingnya memenuhi tanggung jawab sosial. Pada perusahaan harus mementingkan manfaat sosial di lingkungan untuk saat ini dan masa mendatang selain mementingkan keuntungan dan keuangan perusahaan. Perusahaan memiliki kewajiban untuk bertanggung jawab mengenai dampak positif dan negatif pada masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan (Nebrisa & Willy, 2022). Karena aktivitas sehari-hari masyarakat berhubungan erat dengan perusahaan. Untuk menunjukkan kepedulian perusahaan kepada lingkungan maka suatu perusahaan yang beroperasi di lingkungan masyarakat wajib untuk mengungkap *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Dewi & Sedana, 2019).

Disamping aktivitas perusahaan pertambangan mengakibatkan merusak lingkungan juga dicurigai melakukan tindakan *tax aggressiveness*. *Tax aggressiveness* merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk menurunkan pajak perusahaan. Beban pajak dan CSR menjadi beban berat bagi perusahaan. Pembayaran pajak dianggap mengurangi laba perusahaan. Maka dari itu perusahaan berinisiatif melakukan kecurangan yaitu penghindaran pajak atau *tax aggressiveness* (Wicaksono, 2021). Untuk menunjukkan seberapa aktifnya perusahaan perlu menggunakan *media exposure* yaitu melalui media website. *Media exposure* merupakan sebuah media untuk menginformasikan aktivitas kegiatan perusahaan dan digunakan stakeholder untuk mengetahui pandangan publik yang berkaitan dengan penilaian kegiatan perusahaan.

Media exposure berfungsi untuk melihat pergerakan sosial perusahaan. Pemberitaan media mampu untuk memotivasi perusahaan agar lebih memperhatikan masalah lingkungan dan perusahaan akan mendapat nilai positif dari masyarakat (Tiono, 2022).

Hasil penelitian terdahulu menurut Ajengtiyas et al (2020) *tax aggressiveness* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Menurut Yasin (2020) variabel *media exposure* berpengaruh terhadap CSR. Menurut Prasetya & Sari (2022) *board size* memiliki pengaruh terhadap CSR karena *board size* merupakan anggota perusahaan yang memiliki kewajiban untuk melakukan pemeriksaan manajemen perusahaan. Menurut Minnick & Noga (2010) *board size* memiliki pengaruh terhadap *tax aggressiveness*. *Board size* bernilai positif yang berarti dapat meningkatkan *tax aggressiveness*. Menurut Septianingsih & Muslih (2019) *media exposure* menjadi ruang informasi perusahaan yang memuat mengenai keuangan dan kegiatan manajemen perusahaan. Dari media tersebut *board size* mampu untuk mengambil keputusan bagaimana menyikapi masalah pada perusahaan sehingga akan menjalin informasi kepada manajemen perusahaan.

2. KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN BAHASA

Stakeholder Theory

Kepentingan *stakeholders* dapat mempengaruhi strategi entitas merupakan pengertian dari *teori stakeholder*. Perusahaan dapat menggunakan tanggung jawab sosial perusahaan untuk memenuhi kebutuhan stakeholder dengan memberikan data tentang dampak yang dihasilkan dari kegiatan operasional perusahaan (Feliani & Susanti, 2022). *Stakeholder* adalah setiap grup atau orang yang memiliki kemampuan untuk dipengaruhi atau dipengaruhi oleh mencapai tujuannya sebagai organisasi (Erawati, 2016). Oleh karena itu, agar perusahaan dapat mempertanggungjawabkan kegiatan operasionalnya, perusahaan harus dapat memenuhi kepentingan dan keinginan dari stakeholder. Dukungan dari stakeholder akan mempengaruhi seberapa lama perusahaan bertahan (Maharani & Pertiwi, 2022).

Legitimasi Theory

Pada teori legitimasi perusahaan diwajibkan untuk membangun nilai sosial dalam operasional perusahaan dengan menganut norma pada lingkungan sekitar perusahaan. Teori legitimasi dipercaya dapat membantu kegiatan perusahaan dapat diterima masyarakat (Paramita et

al., 2022). Menurut Sparta & Rheadanti, (2019) jika sebuah bisnis ingin maju ke depan, maka harus mendapatkan legitimasi masyarakat. Hal ini dapat digunakan sebagai tempat untuk membangun rencana bisnis, yaitu hal menempatkan menjadi bagian dari masyarakat yang semakin maju. Karena legitimasi yang diberikan oleh masyarakat kepada perusahaan menjadi sarana strategis untuk kemajuan perusahaan, legitimasi dianggap penting bagi perusahaan.

Tax Aggressiveness

Tax aggressiveness merupakan tindakan penghindaran pajak yang menimbulkan dampak negatif terhadap perusahaan karena menimbulkan beban besar pada perusahaan seperti pengawasan oleh pemerintah dan masyarakat, yang dapat mengurangi nilai positif perusahaan di mata pemerintah dan masyarakat (Zeng et al., 2018). Tindakan perusahaan untuk menghindari pajak dianggap tidak bertanggung jawab secara sosial, mereka dianggap bertanggung jawab kepada pemegang saham karena menimbulkan kerugian dan dinilai negatif dalam mendukung pelayanan publik yang dibuat pemerintah dengan tidak membayar pajak perusahaan (Alsaadi, 2019).

Media Exposure

Media exposure adalah website perusahaan untuk menginformasikan semua kegiatan perusahaan seperti mengungkap CSR. Tujuan dari *media exposure* untuk menyampaikan pesan kepada pemangku kepentingan dan masyarakat. Dari media ini perusahaan dapat melihat tanggapan masyarakat dan tahu apa yang harus dilakukan perusahaan (Nebrisa & Willy, 2022). Menurut Zhong et al (2022) dengan adanya *media exposure* dapat membantu perusahaan untuk memperkenalkan aktivitas informasi perusahaan seperti informasi mengenai pendapatan dan juga dapat menarik perhatian dari investor.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Diatur oleh undang-undang perseroan, *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah bentuk kewajiban perusahaan terhadap lingkungan dengan melakukan kegiatan sosial. Stakeholder, keberlanjutan bisnis, dan kesejahteraan lingkungan semuanya terkait langsung dengan CSR. Perusahaan harus berkonsentrasi pada keuntungan, status, dan jangka panjangnya jika ingin menguntungkan dan mempertahankan eksistensinya dimata stakeholder (Salim et al., 2021).

Board Size

Board Size adalah suatu anggota yang mempunyai wewenang mengenai prosedur perusahaan untuk memantau dan mengajar kepada pihak manajemen atau pengelola bisnis. Jumlah *board size* yang lebih besar memungkinkan untuk membuat kebijakan perusahaan, termasuk pengungkapan CSR yang lebih luas (Yanti et al., 2021). *Board Size* terdiri dari direktur dalam dan direktur luar, masing-masing memiliki akses informasi penting yang sangat membantu serta menjadikan membuat keputusan pengendalian. Selain itu, tugas *board size* adalah mengawasi bagaimana perusahaan dikelola oleh manajemen (direksi).

Variabel Kontrol***Profitabilitas***

Menurut Yurdila (2019) *profitabilitas* didefinisikan sebagai kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba, yang merupakan sisa pendapatan setelah perusahaan membayar total biaya yang langsung terkait dengan pendapatan, seperti pembuatan barang, dan biaya tambahan yang terkait dengan melakukan bisnis. Menurut Tampubolon & Siregar (2019) *profitabilitas* adalah faktor yang memberi manajemen kebebasan dan kemampuan untuk menunjukkan pertanggungjawaban sosial kepada investor. Maka, perusahaan yang memiliki tingkat laba tinggi akan tertarik untuk mengambil tanggung jawab sosial yang lebih besar.

Leverage

Leverage adalah rasio yang digunakan untuk menilai kesanggupan suatu organisasi untuk memenuhi tanggung jawabnya dalam jangka panjang (Crystal & Astuti, 2018). Menurut Paramita et al (2022) perusahaan dengan taraf utang tinggi menambahkan data yang diperlukan untuk menginformasikan kreditur tentang kemampuan mereka untuk mematuhi peraturan pemerintah, terutama dalam hal pelaksanaan CSR.

Likuiditas

Likuiditas didefinisikan sebagai kemampuan suatu organisasi untuk memenuhi tugasnya dan membayar hutang dengan cepat. Pengungkapan tanggung jawab sosial akan meningkat seiring dengan tingkat *likuiditas* perusahaan (Crystal & Astuti, 2018).

Firm Size

Seberapa besar atau kecil suatu bisnis dapat diukur dengan istilah *firm size*. *Firm size* dapat diukur dengan menggunakan jumlah penjualan,

nilai, aset, kapitalisasi pasar, dan tenaga kerja (Yovana & Kadir, 2020). Perusahaan-perusahaan dapat menunjukkan kondisi keuangan yang baik, yang memungkinkan mereka untuk melakukan lebih banyak kegiatan CSR (Indriyani & Yuliandhari, 2022).

3. METODE PENELITIAN

Karena menggunakan data angka, penelitian ini termasuk dalam jenis kuantitatif penelitian (Sugiyono, 2017). Penelitian ini menguji efek *tax aggressiveness* dan *media exposure* terhadap *corporate social responsibility* dengan *board size* sebagai variabel moderasi. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2021 yaitu dengan menggunakan laporan keuangan tahunan perusahaan (*annual report*). Data laporan keuangan tahunan dapat diperoleh melalui www.idx.co.id. Teknik pengambilan sampel penelitian menggunakan *purposive sampling*. Variabel dependen pada penelitian ini yaitu *Corporate Social Responsibility*. Variabel Independen yaitu *Tax Aggressiveness* dan *Media Exposure*. Variabel Kontrol yaitu *Profitabilitas, Leverage, Likuiditas* dan *Firm Size*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data Penelitian

Penelitian kuantitatif ini menggunakan data angka. Lebih lanjut tentang laporan tahunan perusahaan dapat ditemukan di website Bursa Efek Indonesia atau www.idx.co.id. Populasi dan sampel yang digunakan adalah perusahaan pertambangan pada periode 2017-2021. *Purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel pada penelitian ini, yang berarti mengumpulkan sampel sesuai dengan standar tertentu (Sugiyono, 2019). Sampel penelitian berdasarkan kriteria yaitu sebagai berikut :

Tabel 1 Kriteria Pengambilan Sampel Penelitian

No.	Keterangan	Sampel Amatan				
		2017	2018	2019	2020	2021
1.	Jumlah perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2017-2021	54	54	54	54	54
2.	Perusahaan pertambangan tidak memiliki <i>annual report</i> selama periode 2017-2021	(13)	(13)	(10)	(12)	(8)
Total sampel perusahaan tahun 2017-2021		41	41	44	42	46
Jumlah perusahaan pertambangan yang memenuhi sampel		214				

Dari hasil pengambilan sampel diatas populasi dalam penelitian ini sebanyak 54 perusahaan pertambangan di Indonesia. Sampel yang diambil berjumlah 214 perusahaan pertambangan.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menentukan apakah data variabel independen dan dependen pada persamaan regresi terdistribusi normal atau tidak. Data terdistribusi normal jika nilai Nilai Asymp, Sig (2-tailed), dan perhitungan pada penelitian diamati, dengan signifikansi lebih dari 0,05 atau 5%. Hasil uji normalitas data adalah sebagai berikut :

Tabel 2 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	0,05854181
Most Extreme Differences	Absolute	0,084
	Positive	0,084
	Negative	-0,051
Test Statistic		0,084
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Data diolah SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel di atas, bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) adalah 0,200. Nilai ini menunjukkan bahwa probabilitas penerimaan adalah 0,200 lebih besar dari nilai signifikansi (0,200 lebih besar dari 0,05). Oleh karena itu, data tersebut terdistribusi normal.

Uji Parsial (Uji T)

Tabel 3 Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,287	0,091		3,170	0,002
	Tax Aggressiveness	-0,102	0,052	-0,153	-1,956	0,054
	Media Exposure	0,302	0,042	0,575	7,137	0,000
	Profitabilitas	0,335	0,109	0,250	3,074	0,003
	Leverage	-0,097	0,034	-0,290	-2,817	0,006
	Likuiditas	-0,021	0,009	-0,239	-2,439	0,017
	Firm Size	0,005	0,003	0,146	1,720	0,090
a. Dependent Variable: CSR						

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa variabel *Tax Aggressiveness* (X1) tidak berpengaruh terhadap variabel CSR (Y). Variabel *Media Exposure* (X2) berpengaruh terhadap variabel CSR (Y). Untuk variabel kontrol yaitu *profitabilitas, leverage, dan likuiditas* berpengaruh terhadap variabel CSR (Y). Sedangkan, variabel kontrol *firm size* tidak berpengaruh terhadap variabel CSR (Y).

Uji Determinasi

Pengujian koefisien determinasi R² dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa baik variabel independen dapat menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2017). Berikut adalah hasil dari koefisien determinasi R² :

Tabel 4 Hasil Uji Determinasi (Uji R)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,645 ^a	0,417	0,360	0,06132	1,269
a. Predictors: (Constant), Firm Size, Profitabilitas, Media Exposure, Tax Aggressiveness, Board Size, Likuiditas, Leverage					
b. Dependent Variable: CSR					

Sumber : Data diolah SPSS 25, 2023

Dari tabel diatas hasil koefisien determinasi R² (*Adjusted R Square*) adalah 0,360. Nilai tersebut berarti 36%, maka variabel independent yaitu *tax aggressiveness, media exposure, dan variabel moderasi yaitu board size* mempengaruhi variabel dependent *corporate social responsibility (CSR)* sebesar 36% sedangkan sisanya 64% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

Uji Simultan (Uji F)

Tujuan dari pengujian statistik F adalah untuk menguji variabel independent dalam persamaan regresi apakah mempunyai pengaruh atas variabel dependent. Hasil dari uji ststistik F yaitu sebagai berikut :

Tabel 5 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	0,193	7	0,028	7,345	0,000 ^b
	Residual	0,271	72	0,004		
	Total	0,464	79			
a. Dependent Variable: CSR						
b. Predictors: (Constant), Firm Size, Profitabilitas, Media Exposure, Tax Aggressiveness, Board Size, Likuiditas, Leverage						

Sumber : Data diolah SPSS 25, 2023

Dapat diketahui dari hasil pengujian di atas nilai F hitung sebesar 7,345 dan signifikansi 0,000. Nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$. Maka *Tax Aggressiveness* dan *Media Exposure* secara simultan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian maka variabel *Tax Aggressiveness* secara parsial tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* dan *Media Exposure* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan secara simultan *Tax Aggressiveness* dan *Media Exposure* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*. Variabel kontrol *profitabilitas*, *leverage* dan *likuiditas* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan, *Firm Size* tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Saran peneliti untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan komponen tambahan yang dapat memengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). sehingga dapat membuktikan variabel apa saja yang mampu mempengaruhi CSR.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Ajengtiyas, A., Mashuri, S., Nur, H., & Ermaya, L. (2020). *Pengaruh Agresivitas Pajak dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi*. 29(01), 35–50.
- Alsaadi, A. (2019). *Financial Tax Reporting Conformity, Tax Avoidance and Corporate Social Responsibility*. <https://doi.org/10.1108/JFRA-10->

2019-0133

- Crystal & Astuti, 2018. (2018). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Media Exposure, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. 13, 10–22.
- Dewi, P. A. C., & Sedana, I. B. P. (2019). *Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. 8(11), 6618–6637.
- Erawati, T. (2016). *Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan Corporate social responbility dengan profitabilitas Sebagai variabel moderating pada perusahaan manufaktur Yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2012-2016*. 136–159.
- Feliani, & Susanti, M. (2022). *Pengaruh Firm Characteristics Dan Board Characteristics Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure*. IV(3), 1331–1340.
- Ghozali, I. (2017). *No Title*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indriyani, A. D., & Yuliandhari, W. S. (2022). *Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan Indeks LQ 45 Non- Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018)*. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, 9(1), 567.
- Maharani, P. R., & Pertiwi, T. K. (2022). *Pengaruh Profitabilitas , Leverage , Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. 6(1), 41–53. <https://doi.org/10.31602/atd.v6i1.5873>
- Minnick, K., & Noga, T. (2010). *Do corporate governance characteristics influence tax management?* 16, 703–718. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2010.08.005>
- Nebrisa & Willy, 2022. (2022). *Pengaruh Profitabilitas , Feminisme Dewan , Dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar Dalam Indeks Kompas 100 Tahun The Effect Of Profitability , Board Feminism , And Media Exposure On*. 9(3), 1395–1403.
- Paramita, A. I., Syahzuni, B. A., Bisnis, E., Akuntansi, J., & Unggul, U. E. (2022). *Analisis Pengaruh Profitabilitas , Leverage , dan Ukuran*

Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility.
13–14.

Prasetya, W., & Sari, D. P. (2022). Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris Independen sebagai Moderator Hubungan Ukuran Perusahaan (Size) terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(25), 3391–3399.

Salim, M., Malikah, A., & Afifudin. (2021). *Pengaruh Jenis Industri, Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Karakteristik Pengungkapan Csr.* 10(07), 65–75.

Sara Lumbantoruan, Mashuri, A. A. S., & Sari, R. H. D. P. (2020). *Profitabilitas memoderasi faktor-faktor yang Mempengaruhi pengungkapan corporate social Responsibility.* 1(4), 926–940.

Septianingsih, L. R., & Muslih, M. (2019). *Board Size , Ownership Diffusion , Gender Diversity , Media Exposure , dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Kasus pada Perusahaan Indeks SRI-KEHATI yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode.* 11(November), 218–229.

Sparta, & Rheadanti, D. K. (2019). *Pengaruh Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perusahaan Manufaktur Terdaftar Di Bei.* 40.
<https://doi.org/10.34209/equ.v22i1.903>

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.* Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Bisnis.* Alfabeta.

Tampubolon, E. G., & Siregar, D. A. (2019). *Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.* 8(2), 223–229.

Tiono, V. A. (2022). *Pengaruh slack resources, media exposure dan Sensitivitas industri terhadap pengungkapan Corporate social responsibility (csr).* 11(1), 48–57.
<https://doi.org/10.33508/jima.v11i1.3977>

Wicaksono, D. A. (2021). *Pengaruh Agresivitas Pajak Dan Profitabilitas*

Terhadap Corporate Social Responsibility. 10, 1–10.

Wiliyan Dari. (2022). *Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, Leverage dan kepemilikan institusional Terhadap pengungkapan corporate Social responsibility. 3(April), 79–94.*

Yanti, N. L. E. K., Endiana², I. D. M., & Pramesti³, I. G. A. A. (2021). *Pengaruh ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, kepemilikan institusional, leverage, dan profitabilitas terhadap pengungkapan corporate social responsibility. 3(1), 42–51.*

Yasin, M. (2020). *Pengaruh Manajemen Laba Dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei).*

Yovana, D. G., & Kadir, A. (2020). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr). Jurnal Manajemen Dan Akuntansi, 21(1), 15–24.*

Yurdila, M. (2019). *Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dewan Komisaris, Leverage Dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr). Idx.*

Zeng, T., Journal, R., & Penulis, U. (2018). *Hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan dan penghindaran pajak : bukti internasional. <https://doi.org/10.1108/SRJ-03-2018-0056>*

Zhong, M., Lu, F., Zhu, Y., & Chen, J. (2022). *What Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosures Do Chinese Forestry Firms Make on Social Media ? Evidence from WeChat. 1–24.*