

## Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh CSR, *Tax Avoidance*, *Sustainability Reporting* terhadap Nilai Perusahaan

Reska Novia<sup>1\*</sup>, Halmawati<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang

\*Korespondensi: [reskanovia321@gmail.com](mailto:reskanovia321@gmail.com)

---

### Abstract

*The purpose of this research is to examine the effect of corporate social responsibility, tax avoidance, and sustainability reporting with size of company as a moderating variabel. The population of this research are companies engaged in extractive (agriculture sector and mining sector) and financial sectors listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2017-2020 period which total 180 companies. The sampling method was carried out by purposive sampling method, so 32 companies were obtained as research samples. The analytical method used moderated regression analysis. The results of this research indicate that 1) corporate social responsibility has positive effect on firm value 2) tax avoidance has negative effect on firm value 3) sustainability reporting does not effect on firm value 4) size of company support positive effect of corporate social responsibility on firm value 5) size of company support negative effect of tax avoidance on firm value 6) size of company does not effect of sustainability reporting on firm value. The contribution of the independent variable in explaining the dependent variable in the amount of 8,3%, while the remaining 91,7% explained by other variables outside the model.*

**Keywords :** *Corporate Social Responsibility; Firm Value; Sustainability Reporting; Tax Avoidance; Size of Company.*

### How to cite (APA 6<sup>th</sup> style)

Novia, Reska & Halmawati. (2022). Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh CSR, *Tax Avoidance*, *Sustainability Reporting* terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi (JEA)*, 4 (1), 40-58.

---

### PENDAHULUAN

Meningkatnya persaingan bisnis di era globalisasi saat ini tidak terlepas dari adanya pengaruh perkembangan lingkungan ekonomi, sosial politik, serta pesatnya kemajuan teknologi. Oleh karena itu setiap perusahaan perlu menyesuaikan dan mampu membaca setiap peluang yang ada untuk dapat mengelola fungsi-fungsi manajemennya dengan baik, mulai dari bidang produksi, bidang pemasaran, bidang sumber daya manusia, dan bidang keuangan sehingga perusahaan mampu bersaing dengan kompetitornya (Pratama & Wiksuana, 2019).Ketatnya persaingan juga menuntut perusahaan untuk lebih meningkatkan kinerja dan berinovasi dengan produk-produk yang dimilikinya agar lebih kompetitif dibanding pesaing lainnya. Namun, untuk meningkatkan kinerja tersebut perusahaan membutuhkan dana atau modal tambahan (Pratama & Wiksuana, 2019). Salah satu cara yang

dapat dilakukan perusahaan untuk mendapatkan modal tambahan yaitu dengan menjual saham yang dimiliki ke pasar modal yaitu Bursa Efek Indonesia (BEI) (Permana & Wirawati, 2018).

Perusahaan yang dapat memperdagangkan sahamnya di bursa adalah perusahaan yang sudah *Go-Public*, sehingga setiap saat dapat diperoleh valuasi terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan menjadi salah satu indikator utama yang dilihat oleh investor dalam memutuskan untuk melakukan investasi. Nilai perusahaan akan memberikan gambaran atas kinerja manajemen dalam menjalankan tanggung jawab sebagai pengelola kekayaan para pemegang saham, semakin tinggi harga saham maka akan membuat nilai perusahaan semakin tinggi.

Nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh tindakan-tindakan yang dilakukan oleh perusahaan seperti yang terjadi pada PT Adaro Energy Tbk (ADRO) dimana pasca diterpa isu dugaan praktik penggelapan pajak oleh lembaga non profit *Internasional Global Witness*. Dalam laporan investigasinya disebutkan bahwa ADRO melakukan penggelapan pajak dengan memindahkan sejumlah pendapatan serta labanya ke jaringan perusahaan di luar negeri. *Global Witness* mengendus, sejak tahun 2009 hingga tahun 2017, ADRO membayar pajak US\$ 125 juta lebih rendah kepada pemerintah Indonesia. Sehingga, karena tuduhan ini saham ADRO sempat mengalami penurunan. Pada perdagangan Senin (9/7/2019) saham ADRO turun 2,47% ke level Rp. 1.380 per saham dan pada perdagangan Jumat (5/7/2019) saham ADRO turun 0,35% ke level Rp. 1.425 per saham (IPOTNEWS, 2019).

Berdasarkan kajian literatur penelitian terdahulu terkait nilai perusahaan seperti yang dilakukan oleh Lastanti & Salim (2019) yang menggunakan pengungkapan *corporate social responsibility*, *good corporate governance* dan kinerja keuangan sebagai variabel independen dalam penelitiannya dan penelitian Kwok & Kwok (2020) dengan variabel independen yaitu *corporate social responsibility* dan *tax avoidance* yang dimoderasi dengan variabel kepemilikan asing. Pada penelitian ini peneliti memilih variabel independennya yaitu : *Corporate Social Responsibility*, *Tax Avoidance*, dan *Sustainability Reporting*. Peneliti memilih ketiga variabel tersebut karena hasil dari penelitian terdahulu masih bervariasi dan belum konsisten.

Mengacu pada riset yang dilakukan oleh *Centre for Governance, Institutions, and Organizations (CGIO) National University of Singapore (NUS) Business School* pada tahun 2016 memaparkan rendahnya pemahaman perusahaan terhadap praktik CSR pada 100 perusahaan di empat negara yakni Indonesia, Malaysia, Singapura, dan Thailand. Berdasarkan riset yang dilakukan didapatkan hasil bahwa keempat negara tersebut termasuk Indonesia telah memiliki tingkat pelaporan CSR yang tinggi. Namun, jika dilihat dari kualitasnya praktik CSR di Indonesia masih belum diimplementasikan dengan baik (Suastha, 2016).

Di Indonesia CSR diatur dalam Undang- Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas aturan tersebut mewajibkan perusahaan-perusahaan yang menggunakan sumber daya alam untuk melakukan kegiatan CSR. Salah satu alasan perusahaan melakukan CSR adalah untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat yang nantinya akan mempengaruhi citra perusahaan dan secara tidak langsung akan berdampak pada nilai perusahaan. Penelitian terdahulu yang meneliti mengenai pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan yaitu penelitian yang dilakukan oleh Bardos et al. (2020) mendapatkan hasil

bahwa persepsi pasar produk adalah saluran dimana CSR menciptakan nilai perusahaan. Hasil penelitian yang sama juga didapatkan oleh Arianti & Putra (2018) CSR akan berdampak positif terhadap nilai perusahaan, ketika perusahaan meningkatkan kegiatan CSR hal tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan. Namun beberapa penelitian lainnya mendapatkan hasil berbeda bahwa pengungkapan CSR tidak mempengaruhi nilai perusahaan seperti penelitian yang dilakukan oleh (Hutabarat dkk, 2015), (Nurlela dan Islahudin 2008).

Sedangkan *Tax Avoidance* adalah penghindaran pajak yang dilakukan secara legal yang tujuan utamanya untuk memaksimalkan laba perusahaan. Ketika laba perusahaan mengalami peningkatan maka hal tersebut akan dipandang baik oleh para investor. Laba yang meningkat akan membuat investor tertarik untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan. Penelitian yang melihat pengaruh *tax avoidance* terhadap nilai perusahaan dilakukan oleh Dewi (2017) yang menemukan bahwa *tax avoidance* berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Namun hasil berbeda ditemukan oleh Tarihoran (2018) bahwa *tax avoidance* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil yang sama juga ditemukan oleh Septyaningrum (2020) bahwa penghindaran pajak tidak memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil ini juga diperkuat oleh temuan Suripto & Sugiyanto (2020) bahwa *tax avoidance* tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Beberapa tahun terakhir *Sustainability* (keberlanjutan) *Reporting* telah menjadi isu perkembangan utama perusahaan. Konsep ini muncul karena adanya tuntutan dan harapan masyarakat tentang peran perusahaan dalam masyarakat. Tuntutan masyarakat ini muncul karena serangkaian tragedi lingkungan dan kemanusiaan di berbagai belahan dunia, seperti Minamata (Jepang), Bhopal (India), Chernobyl (Uni Soviet), dan Shell (Nigeria). Kasus serupa juga terjadi di Indonesia seperti kasus banjir lumpur panas yang disebabkan oleh perusahaan minyak dan gas, Lapindo Brantas Inc. Perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial terhadap pihak-pihak di luar manajemen dan pemilik modal (Erkanawati, 2018). Untuk itu, dibutuhkan suatu sarana yang dapat memberikan informasi mengenai aspek sosial, lingkungan dan ekonomi secara sekaligus. Sarana tersebut dikenal dengan nama laporan keberlanjutan atau *sustainability report* (Wibowo & Faradiza, 2014).

Dalam upaya mendukung pelaksanaan *sustainability reporting*, pada tahun 2017 Otoritas Jasa Keuangan mengeluarkan aturan nomor 51/POJK.03/2017, yang mewajibkan perusahaan-perusahaan selain perusahaan yang kegiatannya berkaitan dengan lingkungan untuk mengungkapkan *sustainability reporting* salah satunya perusahaan sektor keuangan. Secara umum kegiatan sektor keuangan tidak memiliki hubungan langsung dengan kerusakan lingkungan. Hal ini sangat berbeda jika dibandingkan dengan sektor lain seperti sektor pertanian dan pertambangan (ekstraktif) yang kegiatannya berkaitan dengan pengolahan sumber daya alam. Namun, sektor keuangan terutama subsektor perbankan secara tidak langsung melalui penyaluran dananya memberikan modal bagi perusahaan melaksanakan proyek yang menimbulkan banyak kerusakan pada lingkungan dan sosial. Penelitian yang melihat pengaruh *sustainability reporting* terhadap nilai perusahaan dilakukan oleh Erkanawati (2018) menemukan bahwa *sustainability reporting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun hasil berbeda ditemukan oleh Pujiningsih (2020) bahwa informasi dalam *sustainability report* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Kusuma & Priantinah (2018)

bahwa pengungkapan *sustainability report* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pada penelitian ini peneliti memilih sektor ekstraktif (pertambangan dan pertanian) dan sektor keuangan karena sebagian besar penelitian serupa lebih banyak dilakukan pada sektor manufaktur. Selain itu, sektor pertambangan juga merupakan sektor yang paling banyak mengalami gejolak dan berdasarkan studi yang dilakukan oleh *Fitch Solution* menyebutkan bahwa daya saing sektor pertambangan di Indonesia masih rendah. Nilai skor Indonesia berada di bawah 20 sedangkan skor daya saing pertambangan yang menarik dan berdaya saing tinggi itu mendekati 100. Hal ini mengindikasikan skor Indonesia masih rendah dan kurang kompetitif (Citradi, 2019). Dan peneliti memilih sektor keuangan karena sektor keuangan merupakan salah satu sektor yang diharapkan memiliki prospek yang cerah di masa yang akan datang dan juga memiliki kontribusi besar terhadap pendapatan negara. Sektor keuangan juga memiliki intermediasi bagi sektor ekstraktif. Sektor keuangan memfasilitasi sektor ekstraktif mendapatkan dana yang dibutuhkan dengan menyediakan beberapa produk keuangan (Gunawan, 2019).

Penelitian ini menarik dilakukan karena belum banyak yang menguji kombinasi CSR dan Sustainability Reporting terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi, yang akan memperkuat atau memperlemah pengaruh dari ketiga variabel independen yang digunakan dalam penelitian terhadap nilai perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik dari internal maupun eksternal (Khumairoh et al., 2016). Entitas yang memiliki total aset dengan jumlah besar akan lebih banyak mendapatkan perhatian investor, kreditor maupun para pemakai informasi keuangan lainnya, serta pihak manajemen akan lebih leluasa dalam menggunakan aset yang ada untuk meningkatkan nilai perusahaan (Cecilia et al., 2015).

## **REVIU LITERATUR DAN HIPOTESIS**

### **Teori Agensi (*Agency Theory*)**

Teori agensi menjelaskan hubungan yang timbul dari principal dan agen. Manajemen sebagai agen dituntut untuk bertindak sesuai dengan kepentingan investor sebagai principal. Namun perbedaan kepentingan dari manajemen dan investor menimbulkan konflik. Investor menginginkan informasi yang sesuai dengan keadaan perusahaan, namun manajemen memiliki tujuan lain seperti bonus, kenaikan pangkat dan sebagainya, informasi yang dimiliki manajemen lebih memadai dari pada informasi yang dimiliki investor sehingga hal tersebut menyebabkan adanya asimetri informasi. Kaitan teori agensi dengan nilai perusahaan yaitu manajemen akan melakukan segala cara agar nilai perusahaan meningkat di mata investor. Hal tersebut menyebabkan informasi yang diberikan oleh manajemen tidak sesuai dengan keadaan perusahaan yang sebenarnya..

### **Teori Legitimasi (*legitimacy theory*)**

Teori legitimasi dikemukakan oleh Lindblom (1984), Guthrie and Parker (1989) dan Patten (1992) yang berasal dari konsep legitimasi organisasi yang didefinisikan oleh (Dowling & Pfeffer, 1975) sebagai kondisi atau status yang ada saat sistem nilai perusahaan saling terhubung dengan sistem nilai sosial. Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat (Donovan & Gibson, 2000).

## **Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan merupakan gambaran bagaimana kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham. Untuk itu manajer harus membuat keputusan investasi yang tepat, membuat keputusan pendanaan yang tepat dan keputusan dividen yang tepat serta keputusan terkait modal kerja bersih agar menciptakan nilai bagi perusahaan.

## ***Corporate Social Responsibility (CSR)***

*Corporate Social Responsibility* sebagai tindakan yang secara sadar dilakukan oleh perusahaan untuk mengintegrasikan sebuah perhatian sebagai rasa tanggung jawab terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan dapat berupa upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan menjaga lingkungan, memberikan beasiswa untuk anak tidak mampu, dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk membangun desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak.

## **Tax Avoidance**

*Tax avoidance* (penghindaran pajak) merupakan suatu upaya legal dan aman bagi wajib pajak untuk melakukan penghindaran pajak, dimana wajib pajak memanfaatkan celah (*grey area*) yang terdapat dalam undang-undang dalam peraturan perpajakan, untuk memperkecil jumlah pajak yang terutang (Pohan, 2014). Penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan dapat meningkatkan profitabilitas dan arus kas. Namun hal tersebut menjadi dilema etika bagi perusahaan ketika melakukan penghindaran pajak yang menimbulkan adanya konflik kepentingan. Jika perusahaan melakukan penghindaran pajak maka hal tersebut dapat meningkatkan profitabilitas, akan tetapi praktik penghindaran pajak yang dilakukan dapat mengkategorikan perusahaan tidak bertanggung jawab secara sosial karena secara tidak langsung mengurangi pajak yang dibayarkan. Sehingga mempengaruhi dukungan kepada pemerintah dalam pembangunan maupun program-program sosial lainnya (Huseynov & Klamm, 2012).

## **Sustainability Reporting**

Menurut *Global Report Initiatives (GRI) Sustainability reporting* merupakan laporan yang diterbitkan oleh perusahaan atau organisasi yang menjelaskan mengenai dampak ekonomi, lingkungan dan sosial berdasarkan aktivitas sehari-hari dari perusahaan tersebut. Dalam laporan keberlanjutan tersaji nilai-nilai dan model tata kelola organisasi, dan menunjukkan kaitan antara strategi dan komitmen perusahaan terhadap ekonomi global yang berkelanjutan (Maskat, 2018).

## **Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan merupakan skala dimana perusahaan dapat diklasifikasikan sebagai besar atau kecil dengan berbagai cara antara lain dengan total aset perusahaan, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain. Selain itu, ukuran perusahaan juga dapat digambarkan melalui total aset, jumlah penjualan, rata-rata penjualan aset dan rata-rata total aset perusahaan. Ukuran perusahaan dapat menjadi penentu tingkat kepercayaan investor. Semakin besar perusahaan, maka semakin dikenal oleh masyarakat yang berarti bahwa semakin mudah untuk mendapatkan informasi yang akan meningkatkan nilai perusahaan (Novari & Lestari, 2016).

### **Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan**

*Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat memberikan dampak baik bagi perusahaan terutama untuk meningkatkan citra positif perusahaan yang nantinya dapat membuat reputasi perusahaan semakin meningkat dan berujung pada peningkatan nilai perusahaan. Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh teori agensi dan teori legitimasi. Teori agensi menjelaskan dalam pelaksanaan CSR terdapat kepentingan perusahaan salah satunya untuk menciptakan citra positif perusahaan di mata masyarakat sedangkan teori legitimasi menjelaskan CSR untuk menunjukkan tingkat kepatuhan perusahaan agar dapat diterima di lingkungan masyarakat.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Bardos *et al.*, (2020) mendapatkan hasil persepsi bahwa pasar produk adalah saluran dimana CSR menciptakan nilai perusahaan. Hasil penelitian yang sama juga didapatkan oleh Arianti & Putra (2018), dimana CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut berarti semakin banyak CSR yang dilakukan perusahaan maka akan semakin tinggi nilai perusahaan. Maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H1:** CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

### **Pengaruh Tax Avoidance terhadap Nilai Perusahaan**

Adanya perilaku penghindaraan pajak menimbulkan konflik keagenan antara manajer dan investor. Penghindaraan pajak dapat menimbulkan perilaku oportunistik manajer, yang dapat mengurangi keuntungan yang akan diterima oleh investor karena manajer bisa saja memasukkan biaya pribadinya ke dalam biaya operasional perusahaan untuk memperkecil jumlah laba yang dilaporkan. Dan perilaku penghindaran pajak dapat mempengaruhi keputusan investor dalam mengambil keputusan investasi. Penelitian yang dilakukan oleh Violeta & Serly (2020) dan Chen *et al.* (2014) mendapatkan hasil bahwa tax avoidance berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut berarti semakin tinggi tingkat *tax avoidance* yang dilakukan perusahaan maka akan menyebabkan turunnya nilai perusahaan. Sehingga dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H2:** *Tax avoidance* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

### **Pengaruh Sustainability Reporting terhadap Nilai Perusahaan**

*Sustainability Report* menjadi alat bukti perusahaan bahwa perusahaan beroperasi sesuai dengan peraturan yang ada serta sebagai bukti bahwa perusahaan juga bertanggung jawab atas kepentingan *stakeholdernya*. Salah satu manfaat dari *Sustainability Report* adalah dapat membantu membangun ketertarikan para pemegang saham dengan visi jangka panjang dan membantu mendemonstrasikan bagaimana meningkatkan nilai perusahaan yang terkait dengan isu sosial dan lingkungan (WCBSD) (Widianto & Prastiwi, 2011). Tujuan perusahaan menerbitkan *Sustainability Report* adalah untuk menarik minat investor membeli saham perusahaan. Dengan meningkatnya jumlah saham yang beredar dan meningkatnya harga saham perusahaan, perusahaan berharap dapat meningkatkan nilai perusahaan yang diprosikan dengan Tobin's Q. Peningkatan harga saham disebabkan oleh demand dari investor yang meningkat secara signifikan namun *supply* yang ada terbatas (Sejati & Prastiwi, 2015). Maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H3 :** *Sustainability Reporting* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

### **Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Pemoderasi**

Ukuran perusahaan merupakan skala pengklasifikasian besar atau kecilnya dengan berbagai cara misalnya total asset yang dimiliki, kapitalisasi pasar yang dimiliki atau dengan total penjualan perusahaan. Hasil dari beberapa penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan

bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka akan semakin luas tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan karena perusahaan besar merupakan entitas yang menjadi sorotan dari khalayak ramai (Wedayanti & Wirajaya, 2018).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Wedayanti & Wirajaya (2018) bahwa ukuran perusahaan mampu memperkuat hubungan pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori legitimasi bahwa perusahaan yang melaksanakan pengungkapan CSR secara luas akan mendapatkan legitimasi dari masyarakat dengan meningkatnya minat serta kepercayaan investor untuk berinvestasi dengan harga yang tinggi pada saham perusahaan karena investor beranggapan perusahaan akan memberikan keuntungan secara *sustainable* dan tingginya nilai perusahaan. Maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H4:** Ukuran perusahaan memperkuat pengaruh positif CSR terhadap Nilai Perusahaan

#### **Pengaruh *Tax Avoidance* terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Pemoderasi**

Perusahaan dengan ukuran yang besar cenderung lebih mampu dan stabil untuk menghasilkan laba jika dibandingkan dengan perusahaan dengan total aset yang kecil. Oleh karena itu, dengan laba yang stabil dan besar tersebut mengakibatkan adanya kemungkinan perusahaan untuk melakukan praktik penghindaran pajak, karena jika perusahaan memiliki laba yang besar akan menyebabkan jumlah beban pajak yang akan dibayarkan besar pula. Berdasarkan teori agensi, sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan dapat digunakan oleh *agent* untuk memaksimalkan kompensasi kinerja *agent*, yaitu dengan cara menekan beban pajak perusahaan untuk memaksimalkan kinerja perusahaan yang nantinya berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Rosa Dewinta & Ery Setiawan, 2016)

Penelitian yang dilakukan oleh Aulia dan Mahpudin (2020) menemukan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *tax avoidance*. Dalam penelitian ini peneliti mencoba menguji apakah ukuran perusahaan memperkuat atau memperlemah hubungan antara *tax avoidance* dengan nilai perusahaan. Maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H5:** Ukuran perusahaan memperkuat pengaruh negatif *tax avoidance* terhadap nilai perusahaan

#### **Pengaruh *Sustainability Reporting* terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Pemoderasi**

Teori agensi menjelaskan bahwa perusahaan besar memiliki biaya agensi yang besar. Sehingga untuk mengurangi biaya keagenan tersebut perusahaan besar cenderung akan mengungkapkan informasi secara luas jika dibandingkan dengan perusahaan kecil. Hal tersebut dilakukan karena pengungkapan sustainability report yang dilakukan dapat menjadi pengurang biaya agensi sebagai wujud dari tanggung jawab sosial (Wulandari & Septiani, 2017). Selain itu dengan pengungkapan sustainability report perusahaan juga akan mendapat legitimasi dari masyarakat yang nantinya akan berdampak pada citra perusahaan di mata masyarakat yang akan mempengaruhi nilai perusahaan (Rifandi, 2017).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Wulandari & Septiani, 2017) mendapatkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *sustainable disclosure*. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rifandi, 2017) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *sustainability report*. Dalam penelitian ini peneliti mencoba menguji apakah ukuran perusahaan memperkuat atau memperlemah hubungan antara *sustainability report* terhadap nilai perusahaan. Maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H6:** Ukuran Perusahaan memperkuat pengaruh positif *sustainability reporting* terhadap nilai perusahaan

## METODE PENELITIAN

### Jenis dan Desain Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Objek pada penelitian ini yaitu *corporate social responsibility* (X1), *tax avoidance* (X2), *sustainability reporting* (X3), ukuran perusahaan (Z), dan nilai perusahaan (Y). Data penelitian ini bersumber dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan sektor ekstraktif (sektor pertanian dan pertambangan) dan perusahaan sektor keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2020.

### Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020. Pada penelitian ini peneliti memilih sektor ekstraktif dan sektor keuangan yang terdaftar di BEI pada periode 2017-2020 dan menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan berdasarkan pada kriteria-kriteria yang telah ditentukan.

**Tabel 1**  
**Prosedur Pemilihan Sampel**

Kriteria	Jumlah
Perusahaan sektor ekstraktif (pertanian dan pertambangan) dan perusahaan sektor keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2017-2020	180
Perusahaan sektor ekstraktif (pertanian dan pertambangan) dan perusahaan sektor keuangan yang tidak menerbitkan laporan keuangan tahunan secara berturut-turut dari periode 2017-2020	(14)
Perusahaan sektor ekstraktif (pertanian dan pertambangan) dan perusahaan sektor keuangan yang tidak menerbitkan sustainability reporting secara berturut-turut dari periode 2017 – 2020	(134)
Perusahaan sektor ekstraktif (pertanian dan pertambangan) dan perusahaan sektor keuangan yang memiliki informasi yang dibutuhkan peneliti yang berkaitan dengan variabel penelitian	(0)
Total Perusahaan	32
Jumlah sampel dalam penelitian 4 x 32	128

### Definisi Operasional Variabel

#### Variabel Dependen (Y)

##### Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayarkan oleh para calon investor jika perusahaan tersebut dijual. Untuk mengukur nilai perusahaan peneliti menggunakan *Price Book Value* (PBV) yang di kembangkan oleh (Brigham & Houston., 2010). Rumus yang digunakan untuk menghitung PBV yaitu sebagai berikut :

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}}$$

#### Variabel Independen (X)

##### *Corporate Social Responsibility*

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan variabel independen pertama pada penelitian ini. Untuk mengungkapkan CSR peneliti mengacu pada standar *Global Reporting Initiative* (GRI) dengan menggunakan indikator : a) kinerja ekonomi, b) kinerja lingkungan, c) kinerja tenaga kerja, d) kinerja hak asasi manusia, e) kinerja sosial, dan f) kinerja produk. Kemudian peneliti memberikan *score*/nilai pada setiap pengungkapan CSR, angka 1 untuk indikator pengungkapan yang telah dilaksanakan dan angka 0 untuk indikator



pengungkapan yang tidak dilaksanakan.

### **Tax Avoidance**

*Tax avoidance* variabel independen kedua pada penelitian ini. *Tax avoidance* diukur dengan menggunakan ETR (*effective tax rate*). Penggunaan ETR diharapkan mampu mengidentifikasi penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan dengan menggunakan perbedaan tetap dan perbedaan temporer. Rumus yang digunakan untuk menghitung ETR yaitu sebagai berikut :

$$ETR = \frac{\text{Beban Pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

### **Sustainability Reporting**

*Sustainability reporting* dalam penelitian ini diukur dengan proksi SRDI (*Sustainability Reporting Disclosure Index*). SRDI menilai pengungkapan kategori ekonomi, lingkungan, sosial, hak asasi manusia, dan tanggung jawab atas produk yang sesuai dengan indikator yang dijelaskan dalam *Global Report Initiative G4* (Kusuma & Priantinah, 2018). Rumus perhitungan *sustainability report disclosure index* adalah :

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

### **Variabel Moderasi**

#### **Ukuran Perusahaan**

Pada penelitian ini ukuran perusahaan merupakan variabel pemoderasi. Variabel pemoderasi merupakan sebuah variabel yang memperkuat ataupun memperlemah pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural (Ln) total asset untuk mengurangi fluktuasi data yang berlebihan. Rumus untuk mengukur ukuran perusahaan yaitu :

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{LN Total Aset}$$

### **Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara pengumpulan data sekunder yaitu data *annual report* dan *sustainability report* sektor ekstraktif (sektor pertanian dan pertambangan) dan perusahaan sektor keuangan yang terdaftar di BEI pada periode 2017-2020. Data diperoleh dengan mengakses website resmi BEI [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan atau mengakses website resmi perusahaan terkait.

### **Analisis Regresi Moderasi**

Model regresi dalam penelitian ini ditunjukkan dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 Z + \beta_5 X_1 Z + \beta_6 X_2 Z + \beta_7 X_3 Z + \varepsilon$$

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Statistik Deskriptif**

Hasil statistik deskriptif berdasarkan data olahan SPSS yang meliputi : *corporate social responsibility*, *tax avoidance*, *sustainability reporting*, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan adalah sebagai berikut :

**Tabel 2**  
**Hasil Analisis Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan	128	2.09	6.40	4.6613	.71492
CSR	128	3.51	4.61	4.2627	.22123
Tax Avoidance	128	0.00	5.77	3.1835	1.07443
Sustainability Reporting	128	0.00	4.55	3.1315	.62169
Ukuran Perusahaan	128	28.24	34.95	31.3392	1.68900
CSR*Ukuran Perusahaan	128	110.48	160.95	133.7010	11.53552
Tax Avoidance*Ukuran Perusahaan	128	0.00	175.60	99.7134	33.49201
Sustainability Reporting*Ukuran Perusahaan	128	0.00	148.38	97.8785	18.96397
Valid N (listwise)	128				

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa N atau jumlah data setiap variabel yang valid berjumlah 128. Nilai Perusahaan (Y) memiliki nilai minimum 2,09, nilai *mean* periode 2017-2020 sebesar 4,6613 dan nilai standar deviasi sebesar 0,71492, sehingga dapat disimpulkan nilai *mean* lebih besar dari nilai standar deviasi. Hal ini berarti bahwa penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilai merata. *Corporate Social Responsibility* (X1) memiliki nilai minimum sebesar 3,51 sedangkan nilai maksimumnya yaitu 4,61. Nilai *mean* dari periode 2017-2020 sebesar 4,2627 dan nilai standar deviasi sebesar 0,22123, sehingga nilai *mean* lebih besar dari nilai standar deviasi yang berarti bahwa penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilai merata. *Tax Avoidance* (X2) memiliki nilai minimum sebesar 0,00, dan nilai maksimum sebesar 5,77.

Selanjutnya nilai *mean* dari periode 2017-2020 sebesar 3,1835 dan nilai standar deviasi sebesar 1,07443. Nilai *mean* lebih besar dari standar deviasi yang berarti bahwa penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilai merata. *Sustainability Reporting* (X3) memiliki nilai minimum sebesar 0,00, sedangkan nilai maksimumnya sebesar 4,55. Nilai *mean* sebesar 3,1315 dan nilai standar deviasi sebesar 0,62169. Nilai *mean* lebih besar dari standar deviasi yang berarti bahwa penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilai merata. Ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi memiliki nilai minimum sebesar 28,24 dan nilai maksimum sebesar 34,95. Sedangkan nilai *mean* sebesar 31,3392 dan nilai standar deviasi sebesar 1,68900. Nilai *mean* lebih besar dari standar deviasi yang berarti bahwa penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilai merata. Pengaruh variabel moderasi yaitu ukuran perusahaan terhadap CSR diperoleh nilai minimum sebesar 110,48 dan nilai maksimum sebesar 160,95. Sedangkan nilai *mean* sebesar 133,7010 dan nilai standar deviasi sebesar 11,53552. Nilai *mean* lebih besar dari standar deviasi yang berarti bahwa penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilai merata. Pengaruh variabel moderasi ukuran perusahaan terhadap *tax avoidance* diperoleh nilai minimum sebesar 0,00 sedangkan nilai maksimum sebesar 175,60. Nilai *mean* sebesar 99,7134 dan nilai standar deviasi sebesar 33,49201. Nilai *mean* lebih besar dari nilai standar deviasi yang berarti bahwa penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilai merata. Pengaruh variabel moderasi ukuran perusahaan terhadap *sustainability reporting* diperoleh nilai minimum sebesar 0,00 dan nilai maksimum 148,38. Sedangkan nilai *mean* sebesar 97,8785 dan nilai standar deviasi sebesar 18,96397. Nilai *mean* lebih besar dari nilai standar deviasi yang berarti bahwa penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilai merata.

**Hasil Uji Asumsi Klasik**  
**Uji Normalitas**

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		128
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.67599237
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.066
	Negative	-.044
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200

Berdasarkan Tabel 3 hasil uji normalitas dengan melakukan uji *Kolmogorov-Smirnov* pada penelitian ini nilai signifikansinya sebesar  $0,200 > 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa residual data berdistribusi normal atau memenuhi syarat uji normalitas.

**Uji Multikolinearitas**

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	T		Tolerance	VIF
1 (Constant)	-20.043	16.925		-1.184	.239		
CSR	2.544	3.567	1.291	.713	.477	.002	422.969
Tax Avoidance	.787	1.340	1.939	.587	.558	.001	1408.339
Sustainability Reporting	2.135	1.335	3.044	1.599	.113	.002	468.080
Ukuran Perusahaan	.607	.535	2.352	1.135	.259	.002	554.609
M4	-.073	.113	-1.938	-.651	.516	.001	1144.884
M5	-.025	.043	-1.886	-.566	.572	.001	1432.078
M6	-.064	.042	-2.782	-1.508	.134	.002	439.383

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada Tabel 4 menunjukkan variabel CSR dengan nilai VIF 422,969 dan *tolerance* 0,002, variabel *Tax Avoidance* dan nilai VIF 1408,339 dan *tolerance* 0,001, variabel *sustainability reporting* dengan nilai VIF 468,080 dan *tolerance* 0,002, dan variabel moderasi yaitu ukuran perusahaan dengan nilai VIF 554,609 dan nilai *tolerance* 0,002. Sedangkan untuk interaksi antara X1 dan Z (variabel moderasi) memiliki nilai VIF 1144,884 dan nilai *tolerance* 0,001. Untuk interaksi X2 dan Z memiliki nilai VIF sebesar 1432,078 dan nilai *tolerance* 0,001, dan interaksi X3 dan Z memiliki nilai VIF 439,383 dan nilai *tolerance* 0,002. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi variabel-variabel bebas antara satu dengan yang lainnya atau variabel independen pada penelitian ini tidak bebas dari gejala multikolinearitas. Hal ini disebabkan karena pada penelitian ini menggunakan variabel moderasi. Menurut Ghozali (2016) pengujian variabel moderasi dengan uji interaksi akan memiliki kecenderungan akan terjadinya multikolinearitas antar variabel Regresi dengan *Moderated Regression Analysis* pada umumnya akan terjadi masalah multikolinearitas yang tinggi antara variabel independen, antara X1, X2 dan X3 dengan variabel moderasi (Z).

## Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	-20.043	16.925			-1.184	.239
CSR	2.544	3.567	1.291		.713	.477
Tax Avoidance	.787	1.340	1.939		.587	.558
Sustainability Reporting	2.135	1.335	3.044		1.599	.113
Ukuran Perusahaan	.607	.535	2.352		1.135	.259
CSR*Ukuran Perusahaan	-.073	.113	-1.938		-.651	.516
Tax Avoidance*Ukuran Perusahaan	-.025	.043	-1.886		-.566	.572
Sustainability Reporting*Ukuran Perusahaan	-.064	.042	-2.782		-1.508	.134

a. Dependent Variable: RES2

Berdasarkan Tabel 5 hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan hasil nilai signifikansi CSR sebesar 0,447, *Tax Avoidance* sebesar 0,558, *Sustainability Reporting* sebesar 0,113, sedangkan variabel moderasi nilai signifikansinya sebesar 0,259. Selanjutnya interaksi variabel moderasi dengan CSR memiliki nilai signifikansi sebesar 0,516, interaksi variabel moderasi yaitu ukuran perusahaan dengan *tax avoidance* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,572 dan interaksi variabel moderasi terhadap *sustainability reporting* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,134. Berdasarkan nilai signifikansi di atas dapat disimpulkan bahwa model regresi penelitian ini tidak terdapat gejala heteroskedastisitas karena nilai signifikansinya berada di atas 0,05 atau 5%.

## Uji Autokorelasi

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.287 <sup>a</sup>	.083	.037	.70176	1.712

Berdasarkan Tabel 6 hasil uji autokorelasi menunjukkan bahwa nilai *Durbin Watson* adalah sebesar 1,712,  $du = 1,6638$ , dan  $4-du = 1,7596$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi karena nilai *Durbin Watson* sebesar 1,712 berada di antara 1,6638 sampai 1,7596.

## Koefisien Determinasi

**Tabel 7**  
**Nilai R Square**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.287 <sup>a</sup>	.083	.037	.70176	1.712

Pada Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,083 yang berarti variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar 8,3%, sisanya sebesar 91,7% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian.

## Analisis Regresi Moderasi

**Tabel 8**  
**Hasil Uji Regresi Moderasi**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	3.510	1.310		2.678	.008
CSR	5.042	2.045	1.563	2.466	.015
Tax Avoidance	-4.381	2.116	-6.582	-2.070	.041
Sustainability Reporting	2.276	1.994	1.980	1.141	.256
CSR*Ukuran Perusahaan	.168	.064	2.716	2.624	.010
Tax Avoidance *Ukuran Perusahaan	-.142	.068	-6.671	-2.080	.040
Sustainability Reporting*Ukuran Perusahaan	-.068	.063	-1.814	-1.079	.283

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

### Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Pada variabel CSR diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,465 dengan nilai signifikansi 0,015. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,466 > 1,97944$  dan nilai signifikansi  $0,015 > 0,05$ . Nilai koefisien  $\beta$  dari variabel CSR bernilai positif yaitu 1,563. Hal ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis pertama (H1) **diterima**.

### Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Pada variabel *tax avoidance* diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar -2,070 dengan nilai signifikansi 0,041. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $-2,070 > 1,97944$  dan nilai signifikansi  $0,041 < 0,05$ . Meskipun nilai  $t_{hitung}$  bertanda negatif tetapi bukan berarti nilainya dibawah nol, tanda tersebut merupakan arah pengaruh dari variabel *tax avoidance*. Nilai koefisien  $\beta$  dari variabel *tax avoidance* bernilai -6,582. Hal ini menunjukkan bahwa *tax avoidance* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis kedua (H2) **diterima**.

### Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)

Pada variabel *sustainability reporting* diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,141 dengan nilai signifikansi 0,256. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $1,141 < 1,97944$  dan nilai signifikansi  $0,256 > 0,05$ . Nilai koefisien  $\beta$  dari variabel *sustainability reporting* 1,980. Hal ini menunjukkan bahwa *sustainability reporting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis ketiga (H3) bahwa *sustainability reporting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan **ditolak**.

### Pengujian Hipotesis Keempat (H4)

Pada variabel interaksi 1 (CSR\*Ukuran Perusahaan) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,624 dengan nilai signifikansi 0,010. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,624 > 1,97944$  dan nilai signifikansi  $0,010 < 0,05$ . Nilai koefisien  $\beta$  dari variabel interaksi 1 (CSR\*Ukuran Perusahaan) 2,716. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memperkuat pengaruh positif CSR terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis keempat (H4) **diterima**.

### **Pengujian Hipotesis Kelima (H5)**

Pada variabel interaksi 2 (*tax avoidance*\*Ukuran Perusahaan) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar -2,080 dengan nilai signifikansi 0,040. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $-2.080 > 1,97944$  dan nilai signifikansi  $0,040 < 0,05$ . Nilai koefisien  $\beta$  dari variabel interaksi 2 (*tax avoidance*\*ukuran perusahaan) -6,671. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memperkuat pengaruh negatif *tax avoidance* terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis kelima (H5) **diterima**.

### **Pengujian Hipotesis Keenam (H6)**

Pada variabel interaksi 3 (*sustainability reporting*\*ukuran perusahaan) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar -1,079 dengan nilai signifikansi 0,283. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $-1,079 < 1,97944$  dan nilai signifikansi  $0,283 > 0,05$ . Nilai koefisien  $\beta$  dari variabel interaksi 3 (*sustainability reporting*\*ukuran perusahaan) -1,814. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak memoderasi *sustainability reporting* terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis keenam (H6) bahwa ukuran perusahaan memperkuat pengaruh positif *sustainability reporting* dengan nilai perusahaan **ditolak**.

## **PEMBAHASAN**

### **Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan**

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 8 untuk variabel CSR memiliki nilai  $t_{hitung}$  2,466 > dari nilai  $t_{tabel}$  1,97944 dan nilai signifikansi  $0,015 > 0,05$  dengan koefisien 1,563. Hal ini berarti bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor ekstraktif (pertambangan dan pertanian) dan sektor keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2020, sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Arianti & Putra (2018) bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, hasil yang sama juga ditemukan oleh Permana & Wirawati (2018) dan Bardos et al., (2020) bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) menunjukkan peranan perusahaan terhadap lingkungan dan sosial sebagai tanggung jawab perusahaan terkait aktivitas operasionalnya dan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan. Dengan melakukan CSR perusahaan akan memiliki nilai dan citra positif baik di mata pemilik perusahaan, pemegang saham maupun masyarakat. Sehingga secara tidak langsung *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan nilai perusahaan selain kondisi keuangan perusahaan itu sendiri.

Hasil penelitian sesuai dengan teori legitimasi bahwa semakin baik pelaksanaan dan pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan maka akan semakin baik reputasi perusahaan baik di mata pemilik perusahaan, pemegang saham, maupun masyarakat, sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan. Begitupun sebaliknya, ketika terjadi penurunan dalam pelaksanaan dan pengungkapan CSR yang dilakukan maka akan berpengaruh pula terhadap nilai perusahaan.

### **Pengaruh Tax Avoidance terhadap Nilai Perusahaan**

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah *tax avoidance* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan Tabel 8 untuk variabel *tax avoidance* memiliki nilai  $t_{hitung}$  -2,070 > dari  $t_{tabel}$  1,97944 dan nilai signifikansi  $0,041 < 0,05$  dengan nilai koefisien -6,582. Hal ini berarti bahwa *tax avoidance* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor ekstraktif (pertambangan dan pertanian) dan sektor keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2020, sehingga hipotesis kedua dalam

penelitian ini diterima. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Violeta & Serly (2020) bahwa *tax avoidance* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil yang sama juga ditemukan oleh Chen et al. (2014) dan Fadillah (2019) bahwa *tax avoidance* memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

*Tax avoidance* merupakan usaha untuk mengurangi pajak terutang. Meskipun upaya *tax avoidance* tidak melanggar hukum tetapi tindakan ini bertentangan dengan tujuan dibuatnya peraturan perundang-undangan perpajakan. Perusahaan berusaha agar membayar pajak sekecil mungkin karena apabila pajak dibayarkan secara optimal berarti mengurangi kemampuan ekonomis perusahaan. Dengan meminimalkan pengeluaran untuk keperluan perpajakan, maka akan semakin sedikit beban yang dikeluarkan oleh perusahaan dan laba perusahaan yang akan dibagikan kepada investor besar sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori agensi bahwa tindakan manajer yang melakukan *tax avoidance* mampu mempengaruhi nilai perusahaan, namun tindakan ini menimbulkan asimetri informasi karena tidak menggambarkan kondisi yang sebenarnya.. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi *tax avoidance* yang dilakukan perusahaan maka akan menurunkan nilai perusahaan. Tindakan *tax avoidance* dapat meningkatkan risiko perusahaan dan biaya agensi yang akan mempengaruhi keputusan investor. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat *tax avoidance* yang dilakukan perusahaan maka akan semakin menurun nilai perusahaan tersebut.

### **Pengaruh Sustainability Reporting terhadap Nilai Perusahaan**

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah *sustainability reporting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan Tabel 8 untuk variabel *sustainability reporting* memiliki nilai  $t_{hitung} 1,141 < \text{dari } t_{tabel} 1,97944$  dan nilai signifikansi  $0,256 > 0,05$  dengan nilai koefisien  $\beta$  dari variabel *sustainability reporting* 1,980. Hal ini berarti bahwa *sustainability reporting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis ketiga dalam penelitian ini ditolak. Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Fadillah (2019) dan Pujiningsih (2020) yang mendapatkan hasil bahwa *sustainability reporting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Habibi & Andraeny (2018) dan Sejati & Prastiwi (2015) menemukan bahwa *sustainability reporting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengungkapan *sustainability reporting* tidak berpengaruh dalam kenaikan dan penurunan dalam nilai perusahaan. Hal ini terjadi karena kebanyakan dari investor lebih tertarik pada saham perusahaan yang memiliki keuntungan besar tanpa memperhatikan pengungkapan keberlanjutan. Belum adanya peraturan yang begitu mengikat terkait *sustainability reporting* juga membuat emiten belum sepenuhnya menyadari perlunya menyiapkan laporan tersebut. Aturan terkait *sustainability reporting* hanya diatur dalam peraturan No. 51/POJK.03/2017 pasal 2 ayat (1) tentang penerapan keuangan berkelanjutan. Selanjutnya pada pasal 3 hanya menyebutkan kapan peraturan tersebut mulai diterapkan untuk Lembaga Jasa Keuangan. Sehingga masih banyak perusahaan yang belum menyajikan *sustainability reporting* karena belum adanya peraturan yang mengikat dan belum adanya sanksi yang tegas.

*Sustainability reporting* berfungsi sebagai bentuk kepatuhan perusahaan yang menjelaskan bahwa perusahaan telah bertanggung jawab terhadap ekonomi, lingkungan, dan sosial. *Sustainability reporting* belum mampu menjadi pendorong investor untuk melakukan investasi. Hasil penelitian ini belum memberi dukungan terhadap *legitimacy theory*. Penelitian ini membuktikan bahwa pengungkapan *sustainability reporting* belum terbukti dapat meningkatkan nilai perusahaan.

### **Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Pemoderasi**

Hipotesis keempat dalam penelitian ini yaitu ukuran perusahaan memoderasi pengaruh positif CSR terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 8, variabel interaksi CSR\*ukuran perusahaan memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,624 > dari nilai  $t_{tabel}$  1,97944 dan nilai signifikansi  $0,010 < 0,05$ , dengan nilai koefisien  $\beta$  dari variabel interaksi 1 (CSR\*Ukuran Perusahaan) 2,716. Hal ini berarti bahwa ukuran perusahaan memperkuat pengaruh positif CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor ekstraktif (perusahaan pertambangan dan pertanian) dan perusahaan sektor keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2020, sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis keempat penelitian diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kesumastuti & Dewi (2021) yang mengatakan bahwa ukuran perusahaan dapat memperkuat pengaruh positif CSR terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya sebuah perusahaan yang dinyatakan dengan total aset yang dimiliki. Semakin besar total aset yang dimiliki perusahaan maka akan semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan sangat berguna bagi investor dan kreditor untuk mengetahui resiko dari investasi yang akan dilakukan. Perusahaan yang besar cenderung akan melakukan pengungkapan kinerja secara tidak terbatas, tidak hanya melalui laporan keuangan tetapi juga melalui kegiatan CSR dan melalui pengungkapan CSR. Perusahaan dengan ukuran yang besar akan semakin baik dalam pelaksanaan dan pengungkapan CSR yang dilakukannya, sehingga citra positif perusahaan akan meningkat dan akan berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan.

### **Pengaruh Tax Avoidance terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Pemoderasi**

Hipotesis kelima dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan memoderasi pengaruh negatif *tax avoidance* terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 8 variabel interaksi *tax avoidance*\*ukuran perusahaan didapatkan nilai  $t_{hitung}$  -2.080 > dari nilai  $t_{tabel}$  1,97944 dan nilai signifikansi  $0,040 < 0,05$  dengan nilai koefisien  $\beta$  dari variabel interaksi 2 (*tax avoidance*\*ukuran perusahaan) -6,671. Hal ini berarti bahwa ukuran perusahaan memperkuat pengaruh negatif *tax avoidance* nilai perusahaan pada perusahaan sektor ekstraktif (pertambangan dan pertanian) dan perusahaan sektor keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2020, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kelima diterima.

Ukuran perusahaan merupakan skala yang dapat mengelompokkan perusahaan menjadi perusahaan besar dan kecil. Ukuran perusahaan ditunjukkan dengan logaritma natural total aset karena dinilai memiliki tingkat kestabilan yang tinggi dibandingkan proksi-proksi lainnya. Perusahaan dengan skala yang besar lebih mampu dan stabil untuk menghasilkan laba dibanding perusahaan dengan skala yang kecil. Laba yang besar dan stabil tersebut cenderung akan mendorong perusahaan untuk melakukan praktik *tax avoidance*, karena laba yang besar akan menyebabkan beban pajak yang harus dibayar besar pula. Selain itu perusahaan dengan ukuran yang besar memiliki transaksi yang jauh lebih kompleks dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran kecil. Jadi hal tersebut memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan celah-celah untuk melakukan tindakan *tax avoidance* dari setiap transaksi. Perusahaan yang berukuran besar juga memiliki kemungkinan untuk beroperasi lintas negara, sehingga memiliki kecenderungan untuk melakukan *tax avoidance* yang lebih tinggi, karena dapat melakukan transfer laba ke perusahaan yang berada di luar negeri yang memungut pajak dengan tarif yang lebih rendah.

Mengacu pada teori agensi, sumber daya yang terdapat di dalam perusahaan dapat digunakan oleh *agent* untuk dapat memaksimalkan kompensasi kinerja *agent* dengan cara



menekan beban pajak perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Namun hal ini nantinya akan mendorong munculnya asimetri informasi karena apa yang disajikan perusahaan tidak menggambarkan kondisi yang sebenarnya, sehingga hal ini dapat mempengaruhi bagaimana keputusan yang akan diambil oleh investor. Sehingga semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin tinggi tingkat *tax avoidance* yang dilakukan perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin turun.

### **Pengaruh *Sustainability Reporting* terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Pemoderasi**

Hipotesis keenam dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan memperkuat pengaruh positif *sustainability reporting* terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 8, variabel interaksi *sustainability reporting*\*ukuran perusahaan memiliki nilai  $t_{hitung} <$  dari  $t_{tabel}$  dengan nilai  $-1,079 < 1,97944$  dan nilai signifikansi  $0,283 > 0,05$  dengan nilai koefisien  $\beta$  dari variabel interaksi 3 (*sustainability reporting*\*ukuran perusahaan)  $-1,814$ . Hal ini berarti bahwa ukuran perusahaan tidak memperkuat pengaruh *sustainability reporting* terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis keenam ditolak.

Perusahaan dengan ukuran yang besar, memiliki dorongan untuk menahan informasi yang mengandung nilai relevan untuk menghindari adanya tekanan biaya, contohnya kenaikan pajak dan adanya keharusan menjalankan tanggung jawab sosial. Oleh karena alasan tersebut, memungkinkan manajemen lebih memilih untuk melakukan pengungkapan terkait kondisi perusahaan seperlunya saja. Ukuran perusahaan yang besar tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability reporting*. Besar dan kecilnya perusahaan tidak menjamin perusahaan untuk melakukan pengungkapan *sustainability reporting*, hal ini mungkin terjadi dikarenakan belum adanya peraturan yang memadai dan belum adanya sanksi yang tegas terkait pengungkapan *sustainability reporting*.

## **SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti pada 32 perusahaan sektor ekstraktif dan sektor keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2020 dengan total sampel 128 dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *tax avoidance* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *sustainability reporting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memperkuat pengaruh positif CSR terhadap nilai perusahaan.
5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memperkuat pengaruh negatif *tax avoidance* terhadap nilai perusahaan.
6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak memoderasi pengaruh *sustainability reporting* terhadap nilai perusahaan.

### **Keterbatasan**

Pada penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan, yaitu :

1. Hasil dari koefisien determinasi pada penelitian ini yaitu 8,3% hal tersebut berarti masih banyaknya variabel lainnya yang mempengaruhi nilai perusahaan
2. Dalam penelitian ini peneliti hanya memilih sektor ekstraktif dan sektor keuangan, sehingga belum memberikan gambaran terhadap perusahaan yang terdaftar di BEI secara keseluruhan.

### Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan keterbatasan dalam penelitian ini, maka peneliti mengajukan beberapa saran dalam upaya perbaikan penulisan untuk penelitian selanjutnya, antara lain :

1. Nilai perusahaan pada penelitian ini diukur dengan menggunakan proksi PBV. Penelitian selanjutnya sebaiknya dapat menggunakan proksi nilai perusahaan
2. Hasil koefisien determinasi pada penelitian ini yaitu 8,3% hal tersebut berarti masih banyaknya variabel lainnya yang mempengaruhi nilai perusahaan sehingga untuk peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya.
3. Penelitian selanjutnya sebaiknya memperluas subjek penelitian dengan memilih sektor lain yang terdaftar di BEI sehingga sampel penelitian lebih banyak.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abdelfattah, T., & Aboud, A. (2020). Tax avoidance, corporate governance, and corporate social responsibility: The case of the Egyptian capital market. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 38, 100304. <https://doi.org/10.1016/j.intaccudtax.2020.100304>
- Arianti, N. P. A., & Putra, P. M. J. S. (2018). Pengaruh Profitabilitas pada Hubungan Corporate Social Responsibility & Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Akuntansi*, 24(1), 20–46.
- Arifianto, M., & Chabachib, M. (2016). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan yang Terdaftar pada Indeks LQ-45 Periode 2011-2014). *Diponegoro Journal Of Management*, 5(1), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Bardos, K. S., Ertugrul, M., & Gao, L. S. (2020). Corporate social responsibility, product market perception, and firm value. *Journal of Corporate Finance*, 62(November 2018), 101588. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2020.101588>
- Cecilia, Rambe, S., & Torong, M. Z. B. (2015). Analisis pengaruh corporate social responsibility , Profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan yang go public di Indonesia, Malaysia, dan Singapura. *Jurnal Akuntansi*, Hal 1-22.
- Chen, X., Hu, N., Wang, X., & Tang, X. (2014). Tax avoidance and firm value: evidence from China. *Nankai Business Review International*, 5(1), 25–42. <https://doi.org/10.1108/NBRI-10-2013-0037>
- Citradi, T. (2019). *Fitch: Sektor Pertambangan RI Kurang Kompetitif, Alasannya?* CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20191001121948-17-103493/fitch-sektor-pertambangan-ri-kurang-kompetitif-alasannya>
- Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). Pacific Sociological Association Organizational Legitimacy: Social Values and Organizational Behavior. *Source: The Pacific Sociological Review*, 18(1), 122–136.
- Endraswati, H. (2012). Pengaruh Struktur Kepemilikan Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Hutang Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Di Bei. *Jurnal STAIN Salatiga*.
- Erkanawati, S. C. (2018). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2011-2015. *Parsimonia*, 5(1), 83–96.
- Fadillah, H. (2019). Pengaruh Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Institusional Sebagai Variabel Moderasi. *JIAFE (Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi)*, 4(1), 117–134. <https://doi.org/10.34204/jiafe.v4i1.1082>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Huseynov, F., & Klamm, B. K. (2012). Tax avoidance, tax management and corporate social responsibility. *Journal of Corporate Finance*, 18(4), 804–827. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2012.06.005>
- IJunardi. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social. *Pendidikan Ekonomi*, 4(2), 69–79. <http://jurnal.stkipppersada.ac.id/jurnal/index.php/JPE>
- Kesumastuti, M. A. R. M., & Dewi, A. A. (2021). Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Usia dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(7), 1854. <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i07.p19>
- Kurniawan, T., Sofyani, H., & Rahmawati, E. (2018). Pengungkapan Sustainability Report dan Nilai Perusahaan: Studi Empiris di Indonesia dan Singapura. *Kompartemen: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 16(1), 1–20. <https://doi.org/10.30595/kompartemen.v16i1.2100>
- Lastanti, H. S., & Salim, N. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 5(1), 27. <https://doi.org/10.25105/jat.v5i1.4841>
- Latifah, S. W., & Luhur, M. B. (2017). Pengaruh Pengungkapan Substainability Report Terhadap Nilai Perusahaan Dan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 17(1), 13–18. [http://eprints.umm.ac.id/58102/7/Latifah Luhur - Sustainability Report Profitability Firm Value.pdf](http://eprints.umm.ac.id/58102/7/Latifah%20Luhur%20-%20Sustainability%20Report%20Profitability%20Firm%20Value.pdf)
- Novari, P., & Lestari, P. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti Dan Real Estate. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(9), 252428.
- Nurhayati, M. (2013). Profitabilitas Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Kebijakan Dividen dan Nilai Perusahaan Sektor Non Jasa. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 5(2), 144–153.
- Oktaviani, R. M., Susanti, D. T., Sunarto, S., & Udin, U. (2019). The effect of profitability, tax avoidance and information transparency on firm value: An empirical study in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(11), 3777–3780.
- Puspitandari, J., & Septiani, A. (2017). Pengaruh Sustainability Report Disclosure Terhadap Kinerja Perbankan. *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(3), 159–170.
- Septyaningrum, M. (2020). Pengaruh Penghindaran Pajak, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Informasi Sebagai Variabel Moderasi. *Prosiding Seminar Nasional Pakar Ke 3*, 1–6. [www.kompas.com](http://www.kompas.com)
- Sitorus, D. Y. S. (2020). Pengaruh Sustainability Report Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bei Pada Tahun 2017 – 2019. *Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta*.
- Violeta, C. A., & Serly, V. (2020). Pengaruh Manajemen Laba dan Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018). *Wahana Riset Akuntansi*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.24036/wra.v8i1.109054>