

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Kekayaan alam yang begitu luar biasa merupakan anugrah terbesar yang dimiliki oleh negara Indonesia. Mulai dari kekayaan mineral, batu bara, minyak, hingga kekayaan flora dan fauna ada dalam negeri ini. Sebagian besar kekayaan alam tersebut kemudian dimanfaatkan sebesar-besarnya guna kesejahteraan masyarakat. Bukan hanya masyarakat, banyak pihak lain yang juga bergantung pada kekayaan sumber daya alam tersebut guna kelangsungan hidupnya, tak terkecuali para pelaku industri. Mereka bergantung pada kekayaan sumber daya alam tersebut mulai dari untuk memenuhi kebutuhan operasional hingga menghasilkan suatu produk guna memperoleh keuntungan usaha. Namun, tak jarang ketergantungan perusahaan terhadap sumber daya yang ada di sekitarnya tidak memperhatikan aspek keberlangsungan dari sumber daya tersebut dan secara membabi buta mengeksploitasi sumber daya tersebut sehingga tak sedikit masyarakat dan lingkungan yang ada di sekitar perusahaan tersebut beroperasi menjadi korban.

Sebagai gambaran, berdasarkan publikasi Badan Pusat Statistik industri pertambangan dan manufaktur pada kuartal I tahun 2021 merupakan dua industri yang menyumbang kontribusi besar pada Produk Domestik Bruto Indonesia. Hal tersebut tercermin pada tingkat kontribusinya pada struktur PDB Indonesia di mana industri pengolahan menyumbang sebesar 19,84%, terbanyak dibanding sektor lainnya, dan industri pertambangan dan penggalian menyumbang sebesar 7,65% (Badan Pusat Statistik, 2021). Meskipun jika ditinjau dari sisi laju pertumbuhan kedua industri tersebut mengalami penurunan jika mengacu pada harga konstan, namun hal tersebut tidak memungkiri bahwa kedua industri tersebut masih memainkan peranan penting bagi perekonomian dalam negeri.

Namun, hal tersebut tidak diiringi dengan kabar atau pemberitaan baik terkait dengan dampak aktivitas industri tersebut terhadap lingkungan sekitarnya. Misalnya saja seperti publikasi yang diterbitkan Greenpeace Indonesia pada 2014 di mana dijelaskan dampak aktivitas pertambangan batubara terhadap lingkungan hidup di sekitarnya, seperti kerusakan lahan pertanian, pencemaran air, hingga

masalah kesejahteraan sosial pada masyarakat di sekitarnya sebab panen pertanian dan perkebunan yang menurun akibat dampak lingkungan yang disebabkan. Bahkan, dalam publikasi tersebut juga dijelaskan bagaimana dampak negatif yang dirasakan pada sektor perekonomian nasional akibat dampak negatif aktivitas pertambangan batubara (Greenpeace, 2014). Pemberitaan lain juga datang dari Jaringan Advokasi Tambang (JATAM). JATAM mencatat selama tahun 2020 terdapat setidaknya 45 konflik terkait pertambangan dengan pelaporan 69 kasus kriminalisasi dan sebanyak lebih dari 700.000 hektare rusak akibat aktivitas pertambangan (Lumbanrau, 2021). Bahkan, tak jarang terdapat kasus terkait dengan pertambangan yang berkaitan dengan kasus pidana korupsi dan menyebabkan kerugian terhadap keuangan negara (Satria, 2020). Pun begitu pada industri sektor manufaktur. Pada tahun 2019, dilansir Bisnis.com Kementerian Lingkungan Hidup dan Lingkungan (KLHK) menyoroti rendahnya tingkat penilaian PROPER pada industri sektor manufaktur (Nurcaya, 2020). Tercatat pada 2019 lalu sebanyak 2.045 perusahaan mendaftar untuk dinilai kepatuhannya akan lingkungan. Dari jumlah tersebut, hanya sebanyak 83 perusahaan yang tercatat oleh KLHK yang dikelompokkan layak untuk mendapatkan PROPER Hijau ke atas. Saat dilakukan peninjauan lebih lanjut, hanya sebanyak 23 perusahaan yang layak untuk mendapatkan PROPER Hijau dan hanya satu perusahaan yang layak untuk mendapatkan PROPER Emas.

Pada masa kini, iklim usaha dan industri tengah berkembang pesat di dalam negeri dan memicu tuntutan yang semakin tinggi pula kepada para pelaku industri. Hal itu sebagaimana yang disampaikan oleh Freeman & Reed (1983) bahwa perusahaan juga harus bertanggung jawab dalam memperhatikan kesejahteraan masyarakat dan memiliki andil dalam menjaga kelestarian lingkungan, bukan hanya berfokus pada perolehan keuntungan atau profit maksimal semata. Selain bertanggung jawab pada pemangku kepentingan internal, perusahaan juga perlu bertanggung jawab pada pemangku kepentingan eksternal (Mahesti & Zulaikha, 2019), seperti pemegang saham, pemasok, kreditur, masyarakat, hingga lingkungan. Hal itu sebab masyarakat dan lingkungan sekitar, tak dapat dipungkiri, terdampak oleh aktivitas operasi yang dilakukan oleh perusahaan, seperti timbulnya penyakit akibat limbah yang dihasilkan dari operasi, kerusakan lingkungan,

kompetisi bisnis yang tidak sehat, kesenjangan sosial, dan lain sebagainya. Berdasarkan hal tersebut, tak dapat dipungkiri respon baik dari masyarakat juga diperlukan oleh perusahaan guna tercapainya kesuksesan suatu entitas melalui apa yang dilakukan oleh perusahaan kepada para pemangku kepentingan, tak terkecuali masyarakat dan lingkungan sekitar (Anggita et al., 2019). Hal senada pun dikemukakan oleh Deegan (2002) di mana kegagalan perusahaan dalam memenuhi tanggung jawab sosial seperti hal tersebut dapat berdampak pada hilangnya legitimasi dengan adanya potensi rusaknya kredibilitas organisasi.

Oleh karena itu dibentuklah sebuah gagasan terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat, baik secara langsung maupun tidak dengan perusahaan dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Suryadewi & Rasmini, 2018). *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan yang dilaksanakan dengan cara menjalin suatu kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan perusahaan, komunitas setempat dan masyarakat umum. Konsep *Corporate Social Responsibility* hadir dilandasi pada teori legitimasi dan teori pemangku kepentingan yang mana menyatakan bahwa dalam melaksanakan aktivitas bisnis perusahaan perlu untuk mendapatkan legitimasi dari komunitas di mana ia beroperasi dan untuk memperoleh hal tersebut, maka perusahaan perlu untuk memiliki sebuah keseimbangan dengan memenuhi setiap ekspektasi dari para pemangku kepentingan yang ada di lingkungan di mana ia beroperasi.

Penerapan CSR pada perusahaan di Indonesia sendiri telah diatur dalam beberapa regulasi yang diterbitkan oleh pemerintah. Pertama ialah Undang-Undang RI No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pada pasal 74 ayat (1) menyatakan tentang perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Ayat (2) pasal ini menyatakan bahwa kewajiban diperhitungkan sebagai biaya perusahaan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Ayat (3) Lebih lanjut menyatakan bahwa perusahaan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

(Mashuri & Ermaya, 2020). Selain itu, terdapat pula aturan yang diterbitkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melalui Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan No. 30/SEOJK.04/2016 tentang Bentuk dan Isi Laporan Tahunan Emiten dan Perusahaan Publik. Dalam surat edaran tersebut disebutkan bahwa dalam laporan tahunan yang diterbitkan oleh setiap emiten dan perusahaan publik wajib berisi salah satunya ialah pengungkapan laporan tanggung jawab sosial perusahaan yang mana di dalamnya berisi beberapa aspek terkait, seperti; lingkungan, sosial, ketenagakerjaan, dan produk (Anggita et al., 2019).

Tidak hanya peraturan di dalam negeri, negara Indonesia juga turut terlibat dalam beberapa kesepakatan di tingkat global terkait dengan penanggulangan untuk aktivitas operasional perusahaan yang masih menimbulkan permasalahan lingkungan dan sosial. Salah satunya ialah Protokol Kyoto, yang merupakan dasar bagi negara-negara industri dalam kontribusi pengurangan emisi gas rumah kaca (GRK), di antaranya CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O, HFCs, PFCs, dan SF<sub>6</sub> (KLHK, 2021). Indonesia sendiri telah meratifikasi perjanjian ini melalui penerbitan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1994 tentang Pengesahan *United Nations Framework Convention On Climate Change* (Konvensi Kerangka Kerja Perserikatan Bangsa-Bangsa Mengenai Perubahan Iklim). Kemudian, Indonesia juga terlibat dalam perhelatan pertemuan negara-negara G20 sebagai tuan rumah yang akan diselenggarakan pada 2022 di Bali yang mana salah satu pembahasan pada pertemuan tersebut ialah terkait risiko perubahan iklim serta risiko transisi ekonomi menuju kegiatan rendah karbon, dan mengedepankan keuangan yang berkelanjutan dalam perspektif makroekonomi dan stabilitas keuangan (Bank Indonesia, 2021).

Hal itu tercermin di tahun 2018 pada konferensi ASEAN CSR Network (ACN) yang merupakan pertemuan koneksi beberapa negara di regional ASEAN dengan tujuan untuk mempromosikan penerapan bisnis yang bertanggung jawab, mencapai komunitas ASEAN yang berkelanjutan, adil, dan inklusif. Negara yang tergabung dalam komunitas tersebut antara lain adalah Indonesia, Singapura, Malaysia, Thailand, dan Filipina. Dalam salah satu agendanya disampaikan terkait dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Centre for Governance, Institutions and Organisations (CGIO), NUS Business School tentang tingkat pengungkapan laporan berkelanjutan (*Sustainability Report*) pada negara-negara di komunitas

regional tersebut. Dengan 100 sampel perusahaan pada setiap negara untuk periode 2017, diperoleh hasil secara keseluruhan di mana Indonesia memperoleh nilai rata-rata paling rendah dibandingkan dengan empat negara peserta lainnya dengan 53,6%. Pada setiap aspek penilaian lain terkait dengan pengungkapan laporan berkelanjutan negara Indonesia masih tertinggal dengan empat negara lainnya (Loh & Thomas, 2018).

Fenomena tersebut mencerminkan bahwa perusahaan-perusahaan di negara Indonesia masih belum maksimal dalam rangka pelaksanaan dan pengungkapan kegiatan CSR. Sementara itu, tuntutan para pemangku kepentingan terkait pertanggungjawaban perusahaan atas dampak yang muncul akibat dari kegiatan operasional yang dilakukan oleh perusahaan juga terus meningkat. Fenomena dari masih banyaknya permasalahan lingkungan dan masyarakat di sekitar perusahaan dan masih belum maksimalnya penerapan kebijakan pelaksanaan dan pengungkapan kegiatan CSR pada beberapa perusahaan di Indonesia dapat dilatarbelakangi oleh beberapa faktor.

Berbicara mengenai pelaksanaan operasi atau usaha suatu perusahaan tentu tak akan terlepas dari pembahasan atau diskusi mengenai pajak. Secara umum, pajak merupakan kontribusi bersifat memaksa kepada negara bagi pribadi atau badan yang terutang dan tidak didapatkan manfaat secara langsung serta dipergunakan sebesar-besarnya untuk kemakmuran rakyat yang penyelenggaraannya diatur berdasarkan Undang-Undang. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat dipahami bahwa pajak memiliki arti yang penting bagi masyarakat luas sebab peranannya sebagai stimulus pembangunan masyarakat. Pajak juga dianggap sebagai kontribusi dari perusahaan atau korporasi dari kenikmatan atas sumber daya dan infrastruktur lingkungan yang telah dinikmati oleh perusahaan (Bird & Davis-Nozemack, 2018).

Namun, tidak demikian bagi perusahaan. Bagi badan atau perusahaan, pajak merupakan biaya yang dapat mengurangi potensi laba bersih dari perusahaan. Terlebih dengan adanya pandangan di mana satu-satunya tanggung jawab perusahaan ialah pemaksimalan profit dan kekayaan dari para pemegang saham (Friedman, 2007). Dengan fakta bahwa pajak merupakan suatu hal yang memaksa dan adanya tujuan utama perusahaan dalam pemaksimalan profit dan kekayaan dari para pemegang saham, banyak perusahaan kemudian berupaya mencari cara untuk

mengurangi beban pajak tersebut dan melakukan praktik perlawanan pajak (Andhari & Sukartha, 2017). Salah satu bentuk perlawanan pajak ialah penghindaran pajak. Penghindaran pajak merupakan suatu bentuk tindakan perusahaan dalam perencanaan pajak yang bertujuan untuk mengurangi beban atau utang pajak perusahaan dengan memanfaatkan celah hukum yang ada (Panggabean, 2018). Penghindaran pajak dengan frekuensi yang tinggi yang bertentangan dengan kebijakan atau undang-undang yang berlaku disebut agresivitas pajak (Bird & Davis-Nozemack, 2018). Pada kondisi di lapangan, kebijakan perusahaan terkait agresivitas pajak dapat mempengaruhi kebijakan perusahaan lain, tak terkecuali kebijakan mengenai CSR.

Sebagai contoh, dilansir tirto.id pada Juli 2019, PT Adaro Energy Tbk diduga melakukan tindakan penghindaran pajak dengan metode *transfer pricing* pada perusahaan anak selama periode 2009 – 2017 dengan potensi penerimaan pajak negara yang hilang sebesar US\$125 juta (Friana, 2019). Pada tahun yang sama di mana kasus tersebut terkuak, PT Adaro Energy Tbk meraih penghargaan PROPER dengan peringkat Emas (Fernandez, 2020). Fenomena ini sejalan dengan hasil penelitian (Abdelfattah & Aboud, 2020; Palupi, 2019; Yuniarti & Astuti, 2020) yang menyatakan bahwa dengan adanya tindakan penghindaran pajak yang agresif oleh perusahaan akan mengancam citra dan status legitimasi perusahaan tersebut. Sebagai gantinya perusahaan akan meningkatkan pengungkapan hal-hal terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan sehingga citra dan status legitimasi dari seluruh pemangku kepentingan, khususnya masyarakat dan lingkungan sekitar, dapat dipertahankan. Namun, hal berbeda ditunjukkan pada hasil penelitian (Mahalistian & Yuliandhari, 2021; Vacca et al., 2020) yang mana tidak ditemukan hubungan antara intensitas agresivitas pajak perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR.

Pada era digitalisasi saat ini, peran media sangat berpengaruh di kehidupan masyarakat, tak terkecuali yang terkait dengan bisnis. Perusahaan melakukan pengungkapan informasi melalui media-media tersebut sehingga publik dan pemangku kepentingan lainnya mendapatkan informasi yang penting, termasuk yang berkaitan dengan kebijakan pelaksanaan dan pengungkapan CSR. Dengan pengungkapan pemberitaan yang baik melalui media, termasuk kebijakan CSR

mengenai lingkungan sekitar, perusahaan mengharapkan pengaruh terhadap nama baik perusahaan dan pengungkapan dari publik (Nur & Setyorini, 2021). Tan et al. (2016) mengemukakan bahwa terdapat hubungan proporsional antara pengaruh eksposur media terhadap pengungkapan CSR yang berarti perusahaan yang berada dalam tekanan media akan mengungkapkan CSR lebih luas.

Hal tersebut tercermin pada fenomena sebelumnya di mana pada saat terkuaknya dugaan kasus penghindaran pajak oleh PT Adaro Energy Tbk pada tahun 2019 di mana tindakan penghindaran pajak tersebut terjadi pada rentang tahun 2005 – 2017 (Friana, 2019). Pada periode kasus tersebut terkuak, PT Adaro Energy Tbk masih mampu untuk mendapatkan penghargaan PROPER Emas (Fernandez, 2020). Fenomena ini didukung dengan hasil penelitian (Godos-Díez et al., 2020; Ikhsan et al., 2021; Mashuri & Ermaya, 2020; Muliawati & Hariyati, 2021; Palupi, 2019; Sparta & Rheadanti, 2019). Masyarakat memiliki pandangan di mana penghindaran pajak merupakan sesuatu hal yang buruk, khususnya jika penghindaran pajak tersebut bersifat agresif. Munculnya pemberitaan negatif terkait penghindaran pajak yang dilakukan oleh PT Adaro Energy Tbk akan memberikan citra buruk kepada perusahaan dan mengancam status legitimasi dari perusahaan. Dengan adanya tekanan tersebut, perusahaan akan meningkatkan kebijakan terkait dengan pelaksanaan dan pengungkapan kegiatan CSR sehingga citra dan status legitimasi perusahaan dapat dipertahankan (Mashuri & Ermaya, 2020; Muliawati & Hariyati, 2021; Palupi, 2019; Sparta & Rheadanti, 2019). Namun, hasil berbeda didapat pada penelitian yang dilakukan (Muliawati & Hariyati, 2021; Nur & Setyorini, 2021) di mana tidak ditemukan pengaruh antara eksposur media dengan tingkat pengungkapan CSR.

Dalam menjalankan aktivitasnya, perusahaan sangat dipengaruhi oleh kondisi keuangan perusahaan. Kondisi keuangan perusahaan layaknya darah dalam tubuh manusia, membantu dalam kelancaran eksekusi setiap kebijakan yang diambil oleh manajemen perusahaan. Kondisi keuangan dalam perusahaan terdapat dua kondisi yaitu kondisi laba (profitabilitas) dan kondisi degradasi keuangan (*financial distress*) (Ramadhini et al., 2020). *Financial distress* atau kesulitan keuangan adalah tahapan penurunan kondisi keuangan yang disebabkan oleh ketidakefektifan, terjadinya *financial distress* sebelum terjadinya kebangkrutan atau likuidasi (Platt

& Platt, 2008). Dalam kaitannya dengan kebijakan pelaksanaan dan pengungkapan CSR, inisiatif CSR membutuhkan dana yang besar, oleh karena itu variabilitas kinerja CSR sangat dipengaruhi oleh kondisi keuangan perusahaan (Madyan et al., 2020). Kondisi keuangan perusahaan yang buruk akan menghambat manajemen dalam pengambilan kebijakan bisnis dan perusahaan akan sulit dalam memenuhi keinginan dari seluruh pemangku kepentingan, termasuk dalam hal kebijakan pelaksanaan dan pengungkapan CSR (Madyan et al., 2020).

Sebagaimana diketahui bahwa sebuah perusahaan beroperasi dengan berada di tengah komunitas masyarakat sehingga setiap proses yang terjadi di dalam masyarakat dapat berdampak pada operasi perusahaan. Salah satunya ialah aktivitas politik dalam masyarakat di mana perusahaan tersebut beroperasi. Dengan adanya dinamika politik yang tidak menentu di masyarakat, banyak kemudian perusahaan-perusahaan yang melakukan kedekatan atau keterikatan koneksi dengan instansi dan/atau aktor politik, khususnya di negara-negara ekonomi berkembang, seperti Indonesia, di mana instansi pemerintah memiliki peranan penting dalam melakukan intervensi terhadap perekonomian (H. Huang & Zhao, 2016; Marquis & Raynard, 2015; Zheng et al., 2015). Hal tersebut dilatarbelakangi karena dengan adanya kedekatan atau koneksi perusahaan kepada pihak pemegang kekuasaan dalam menentukan kebijakan perekonomian, baik dengan cara kepemilikan institusional maupun hubungannya dengan aktor politik, perusahaan dapat memiliki potensi untuk meraih beberapa sumber daya dan fasilitas khusus yang berpotensi besar dalam membantu pemaksimalan operasional perusahaan (Nugrahanti, 2021; Rahman et al., 2019; Rauf et al., 2020). Dengan adanya sumber daya dan fasilitas khusus yang dapat diakses oleh perusahaan, diharapkan perusahaan mampu untuk memenuhi setiap keinginan dari pemangku kepentingan. Termasuk pemerintah yang memiliki kepentingan agar perusahaan mampu untuk mematuhi setiap kebijakan yang telah dibentuk oleh pemerintah, salah satunya ialah pengungkapan CSR sebagaimana yang telah tertuang dalam Undang-Undang RI No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan No. 30/SEOJK.04/2016 tentang Bentuk dan Isi Laporan Tahunan Emiten dan Perusahaan Publik (Nugrahanti, 2021).

Pada penelitian-penelitian terdahulu, ditemukan hasil di mana ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap tingkat pengungkapan CSR (Madyan et al., 2020; Matuszak et al., 2019; Sparta & Rheadanti, 2019; Tan et al., 2016; Yudhanti & Tjahjadi, 2021). Hal tersebut sebab ukuran perusahaan mencerminkan seberapa besar sumber daya yang dimiliki perusahaan dalam menjalankan aktivitas usaha dan kebijakan lainnya. Perusahaan besar memiliki jumlah sumber daya yang jauh lebih besar dibanding perusahaan kecil sehingga ia sanggup dan sepatutnya dapat mengimplementasikan program CSR yang membutuhkan pendanaan yang tak sedikit (Madyan et al., 2020; Monteiro & Aibar-Guzmán, 2010). Dengan sumber daya dimiliki yang jauh lebih besar, perusahaan besar menjadi sebuah objek pengawasan yang perlu diamati secara terus menerus oleh kelompok-kelompok besar lain (pemerintah, politisi, media) sehingga menghasilkan sebuah tekanan terhadapnya di mana ketika ia ingin memiliki hak untuk bertindak, ia harus bertindak secara bertanggung jawab terhadap sosial dan lingkungan (Rahayu et al., 2021; Watts & Zimmerman, 1990).

Adanya kesenjangan hasil pada penelitian-penelitian terdahulu serta masih banyaknya aktivitas operasional perusahaan di Indonesia yang menimbulkan permasalahan lingkungan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar yang tidak diimbangi dengan kebijakan pelaksanaan dan pengungkapan aktivitas CSR yang konsisten, telah memotivasi peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut terkait dengan faktor-faktor pendorong praktik pelaksanaan CSR di Indonesia. Penelitian ini dilakukan dengan merujuk pada penelitian Mashuri & Ermaya (2020) dengan penyertaan beberapa perbedaan, antara lain penambahan *financial distress* dan koneksi politik sebagai variabel moderasi dengan pertimbangan adanya kemungkinan variabel-variabel tersebut memoderasi pengaruh agresivitas pajak dan eksposur media terhadap tingkat pengungkapan CSR yang didasarkan pada hasil-hasil penelitian terdahulu, penambahan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol, serta perbedaan pada pengukuran pada variabel agresivitas pajak di mana pada penelitian sebelumnya agresivitas pajak diukur menggunakan proksi pengukuran *Effective Tax Rate* (ETR). Pada penelitian ini digunakan *Abnormal Books Tax Difference* (ABTD) sebagai proksi pengukuran agresivitas pajak.

## I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan pada latar belakang, maka permasalahan pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Agresivitas Pajak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*?
2. Apakah Eksposur Media berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*?
3. Apakah *Financial Distress* mampu memoderasi pengaruh Agresivitas Pajak terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*?
4. Apakah *Financial Distress* mampu memoderasi pengaruh Eksposur Media terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*?
5. Apakah Koneksi Politik mampu memoderasi pengaruh Agresivitas Pajak terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*?
6. Apakah Koneksi Politik mampu memoderasi pengaruh Eksposur Media terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*?

## I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini antara lain

1. Untuk mengetahui dan menguji secara empiris pengaruh Agresivitas Pajak terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.
2. Untuk mengetahui dan menguji secara empiris pengaruh Eksposur Media terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.
3. Untuk mengetahui dan menguji secara empiris peran *Financial Distress* dalam memoderasi pengaruh Agresivitas Pajak terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.
4. Untuk mengetahui dan menguji secara empiris peran *Financial Distress* dalam memoderasi pengaruh Eksposur Media terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.
5. Untuk mengetahui dan menguji secara empiris peran Koneksi Politik dalam memoderasi pengaruh Agresivitas Pajak terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

6. Untuk mengetahui dan menguji secara empiris peran Koneksi Politik dalam memoderasi pengaruh Eksposur Media terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

#### **I.4 Manfaat Hasil Penelitian**

Harapan peneliti akan manfaat yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Peneliti mengharapkan adanya perkembangan ilmu pengetahuan serta aplikasi teori melalui hasil penelitian yang diperoleh khususnya terkait dengan tingkat agresivitas pajak dan eksposur media terhadap *corporate social responsibility disclosure* dengan *financial distress* dan koneksi politik sebagai pemoderasi.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Akademisi

Para peneliti selanjutnya diharapkan dapat terbantu oleh hasil penelitian ini sebagai referensi dalam melakukan penelitian pada konsentrasi yang sama. Berdasarkan hasil penelitian selanjutnya, diharapkan akan menambah wawasan baru terkait faktor-faktor yang dapat atau tidak memengaruhi pada *corporate social responsibility disclosure*.

- b. Bagi Perusahaan

Perusahaan diharapkan dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai pertimbangan dalam merumuskan kebijakan terkait dengan operasi perusahaan khususnya yang berkenaan dengan *corporate social responsibility disclosure*.

- c. Bagi Investor

Peneliti mengharapkan adanya suatu hasil rekomendasi atau pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi melalui hasil penelitian ini di mana investor memerhatikan aspek tanggung jawab sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan telah dilaksanakan dengan baik atau tidak.

d. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rekomendasi atau pertimbangan pemerintah dalam merumuskan suatu kebijakan dan regulasi, khususnya yang berkaitan dengan ketetapan pengungkapan tanggung jawab sosial bagi perusahaan.

e. Bagi Masyarakat

Masyarakat diharapkan dapat menambah perhatiannya terkait dengan kebijakan yang telah dilakukan oleh perusahaan terkait tanggung jawab sosial perusahaan pada lingkungan sekitar. Masyarakat perlu memahami bahwa mereka memiliki hak atas kesejahteraannya saat perusahaan menggunakan sumber daya yang ada di sekitar lingkungan di mana masyarakat tersebut berada.