

## **Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap *Corporate Social Responsibility* Dengan Variabel Kontrol *Return On Asset* dan *Leverage***

Handayani  
Ayu Noorida Soerono  
Dadan Ramdhani

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

### **Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh agresivitas pajak terhadap Corporate Social Responsibility (CSR). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak yang diukur menggunakan proksi effective tax rates. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah CSR. Menggunakan variabel kontrol ROA dan leverage. Sampel terpilih menggunakan purpose sampling diperoleh 20 perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia periode 2013-2015. Metode pengumpulan data menggunakan konten analisis pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan. Teknik analisis menggunakan regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan agresivitas pajak berpengaruh signifikan positif terhadap CSR. Perusahaan yang memiliki tingkat agresivitas pajak yang tinggi maka cenderung akan melakukan pengungkapan CSR lebih besar.*

**Kata Kunci:** *Tanggung Jawab Sosial, Agresivitas Pajak, Return on asset, Leverage*

### **PENDAHULUAN**

Perusahaan sebagai bagian dari masyarakat dan lingkungan perlu menyadari bahwa keberhasilan atau prestasi yang dicapai bukan hanya dipengaruhi oleh faktor internal melainkan juga dipengaruhi oleh masyarakat dan lingkungan atau komunitas di sekitar perusahaan (Rahman, 2009). Perusahaan dituntut untuk melakukan suatu tindakan yang lebih peduli kepada masyarakat dan lingkungan. Oleh karena itu, sebagai wujud kepedulian dan tanggung jawab perusahaan, perusahaan melakukan pertanggungjawaban sosial atau yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Dengan diberlakukannya beberapa peraturan dan perundangan seperti Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) dalam pasal 74 ayat 1 yang menyatakan bahwa PT yang menjalankan usaha di bidang dan/atau bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan,

Undang- Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UUPM) dalam pasal 15 (b) menyatakan bahwa setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan, dan Keputusan Menteri Negara Badan Usaha Miliki Negara (BUMN) Nomor KEP- 05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Miliki Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan (PKBL) yang menyatakan adanya peran dari BUMN untuk melaksanakan PKBL, praktik CSR di Indonesia telah diubah dari yang semula bersifat sukarela (*voluntary*) menjadi suatu praktik tanggung jawab yang wajib (*mandatory*) dilaksanakan oleh perusahaan.

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia masih belum banyak, sementara potensi sarannya sangat besar, seperti kerusakan lingkungan, pengangguran, putus sekolah dan kemiskinan. (Luthan, 2010) menyatakan bahwa Indonesia menemui banyak masalah lingkungan hidup, diantaranya polusi dari pertambangan dan industri yang berdampak pada semua level rantai makanan termasuk juga polusi air, polusi udara, terutama dalam area industri dan kota besar yang menyebabkan masalah pernapasan terhadap jutaan orang, pengelolaan sampah yang buruk berkontribusi terhadap kondisi tidak higienis dan timbulnya masalah kesehatan, masalah asap sampai ke Negara tetangga yang menyebabkan hujan *acid* dan timbulnya masalah diplomasi dan penggundulan hutan sampai tingkat 3,4 juta hectare per tahun. Jika dibandingkan dengan Negara-negara di Asia lainnya, implementasi CSR di Indonesia masih sangat rendah, perhatikan tabel di bawah ini:

**Tabel Perbandingan Implementasi CSR di Tujuh Negara Asia**

<b>Country</b>	<b>% CSR Reporting in Companies per Country</b>
India	72
Korea Selatan	52
Thailand	42
Singapore	38
Malaysia	32
Philipines	30
Indonesia	24

*Sumber : Luthan (2010)*

Di sisi lain, Perusahaan umumnya berusaha meningkatkan nilai perusahaan setiap periode, karena tingginya nilai perusahaan yang tercermin dalam harga saham, akan dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham (ilmiani dan Sutrisno, 2014). Hal ini memberi dampak para pemegang saham tetap mempertahankan investasinya dan calon investor tertarik menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut. Berbagai upaya dilakukan pihak manajemen untuk meningkatkan nilai perusahaan, salah satunya adalah dengan melakukan pengurangan biaya pajak yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Lanis dan Richardson (2013) menyatakan bahwa bagi perusahaan pajak merupakan faktor pendorong dalam keputusan perusahaan. Tindakan manajerial yang dirancang untuk meminimalkan pajak perusahaan melalui kegiatan agresivitas pajak menjadi fitur yang semakin umum dilingkungan perusahaan di seluruh dunia. Agresivitas pajak merupakan aktivitas yang spesifik, yang mencakup transaksi-transaksi, dimana tujuan utamanya adalah untuk menurunkan kewajiban pajak perusahaan (Balakrishnan, Blouin dan Guay,2011)

Perusahaan yang berperilaku agresif dianggap tidak bertanggung jawab secara sosial. Menurut World Bank Group tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR disebut sebagai komitmen bisnis berkelanjutan yang berkontribusi bagi ekonomi melalui kerjasama dengan pihak-pihak yang berkepentingan dan berpengaruh pada lingkungan sekitar dan masyarakat setempat maupun secara umum dengan cara-cara yang bermanfaat baik untuk bisnis itu sendiri maupun untuk masyarakat luas atau untuk pembangunan. Hal tersebut berarti bahwa pajak dan CSR sama-sama ditujukan untuk kesejahteraan umum. Namun bedanya adalah pajak dikelola

oleh pemerintah pusat maupun daerah yang kemudian didistribusikan kepada masyarakat umum sedangkan biaya pelaksanaan CSR dikelola perusahaan untuk kemudian didistribusikan kepada masyarakat umum.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk menguji Apakah Agresivitas pajak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*? Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Agresivitas Pajak terhadap *Corporate Social Responsibility*.

## **TINJAUAN LITERATUR**

### **Teori Legitimasi**

Teori legitimasi menjelaskan kontrak sosial organisasi dengan masyarakat. Kelangsungan hidup perusahaan akan terancam jika masyarakat merasa organisasi telah melanggar kontrak sosialnya. Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap lingkungan sekitarnya baik fisik maupun non fisik. Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat (Hadi,2011). Teori legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah, individu, dan kelompok masyarakat (Gray *et al*, 1996). Hal ini mengindikasikan bahwa teori tersebut menjelaskan adanya kontrak sosial perusahaan terhadap masyarakat dan adanya pengungkapan sosial lingkungan (Chariri 2008).

### **Agresivitas Pajak**

Lietz (2013), mendefinisikan agresivitas pajak adalah perencanaan pajak yang agresif. Suatu perencanaan pajak dikatakan agresif jika tidak secara frontal melanggar peraturan pajak yang ada serta nantinya dapat berdampak negatif pada kelangsungan perusahaan. Menurut Hlaing (2012:7) agresivitas pajak adalah suatu kegiatan perencanaan pajak yang dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan untuk mengurangi beban pajak yang dibayar dalam periode tersebut yang akan berakibat turunnya tarif pajak efektif.

Agresivitas pajak dapat diartikan sebagai tingkat agresivitas penghematan pajak perusahaan akibat adanya perencanaan pajak yang agresif. Indikator agresivitas pajak yang paling sering digunakan adalah *Effective Tax Rates* (ETR), dimana semakin rendah ETR maka semakin tinggi agresivitas pajak. Peneliti-peneliti akademik seperti Mills, Erickson, dan Maydew (1998), Phillips (2001), serta Rego (2003) juga menyatakan ETR adalah ukuran agresivitas pajak yang paling tepat karena semakin rendah ETR berarti semakin tinggi niat perusahaan untuk menghemat pajak, hal ini sejalan dengan definisi agresivitas pajak sebagai tingkat penghematan pajak yang dilakukan perusahaan. Selain itu, *Australian Taxation Office* (2006) melakukan penelitian yang menghasilkan kesimpulan bahwa ETR yang rendah adalah indikasi agresivitas pajak pada perusahaan-perusahaan di Australia. Penelitian ini juga menggunakan ETR sebagai ukuran agresivitas pajak.

ETR menggambarkan presentase total beban pajak penghasilan yang dibayarkan perusahaan dari seluruh total pendapatan sebelum pajak. Selain itu, ETR merupakan proksi yang paling banyak digunakan dalam penelitian terdahulu dan untuk mengetahui adanya agresivitas pajak dapat dilihat dari nilai ETR yang rendah (Lanis dan Richardson, 2013). ETR yang rendah menunjukkan beban pajak penghasilan lebih kecil dari pendapatan sebelum pajak.

Proksi ETR dapat dihitung dari :

$$\text{ETR} = \frac{\text{Beban pajak penghasilan}}{\text{Pendapatan sebelum pajak}}$$

### ***Corporate Social Responsibility***

*Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan (Nuryana, 2005). Dalam hal ini, CSR merupakan bentuk timbal balik terhadap masyarakat sekitar terhadap aktifitas operasi perusahaan agar mendapatkan respons baik dari masyarakat. Implementasi CSR merupakan suatu wujud komitmen yang dibentuk oleh perusahaan untuk memberikan kontribusi pada peningkatan kualitas kehidupan (Susiloadi, 2008). Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa CSR merupakan faktor kunci dalam keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan.

Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan (*CSR-disclosure*) yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* atau *corporate social responsibility* oleh Sembiring (2005), merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Selain itu menurut Deegan (2002) menyatakan bahwa pengungkapan CSR dipandang sebagai sarana yang digunakan oleh manajemen perusahaan dalam berinteraksi dengan masyarakat yang lebih luas untuk mempengaruhi persepsi. Pengungkapan CSR dengan konsep dari GRI (*Global Reporting Initiative*) sebagai acuan dalam penyusunan pelaporan CSR. Konsep ini merupakan konsep *sustainability report* yang muncul sebagai akibat adanya konsep *sustainability development*.

### ***Variabel Kontrol***

#### ***Leverage***

*Leverage* didefinisikan sebagai rasio dari hutang jangka panjang terhadap total aktiva. *Leverage* juga didefinisikan sebagai total hutang dibagi dengan total asset. Perusahaan yang menggunakan hutang akan menimbulkan adanya bunga yang harus dibayar. Pada peraturan perpajakan, yaitu pasal 6 ayat 1 undang-undang nomor 36 tahun 2008 tentang PPh, bunga pinjaman merupakan biaya yang dapat dikurangkan (*deductible expense*) terhadap penghasilan kena pajak. Beban bunga yang bersifat *deductible* akan menyebabkan laba perusahaan menjadi berkurang. Laba kena pajak yang berkurang pada akhirnya akan mengurangi jumlah pajak yang harus dibayar perusahaan (Sari,2014).

Adanya indikasi perusahaan melakukan penghindaran pajak dapat dilihat dari kebijakan pendanaan yang diambil perusahaan. Salah satu kebijakan pendanaan adalah kebijakan *leverage* yaitu tingkat hutang yang digunakan perusahaan untuk membiayai aktivitas operasinya.

Rasio *leverage* digunakan oleh manajer dalam rangka pengambilan keputusan pendanaan, dimana hal ini dapat diukur dengan mengukur proporsi total hutang jangka panjang terhadap total aset yang dimiliki perusahaan. *Leverage* menurut Lanis dan Richardson (2013) dihitung dari:

$$\text{LEV} = \frac{\text{Total hutang jangka panjang}}{\text{Total Aset}}$$

### ***Return on Asset (ROA)***

*Return on Asset* (ROA) merupakan suatu rasio penting untuk mengukur kemampuan investasi suatu perusahaan (aset) untuk memperoleh laba. Apabila total aset yang digunakan dalam operasi perusahaan mampu memberikan laba maka dapat dikatakan memiliki ROA yang positif dan memiliki peluang besar dalam meningkatkan pertumbuhan perusahaan. Sebaliknya apabila total aset yang digunakan tidak dapat menghasilkan laba maka memiliki ROA negatif dan menghambat pertumbuhan perusahaan.

Lanis and Richardson (2013) sebuah perusahaan dengan kualitas kinerja yang baik cenderung memiliki laba yang tinggi untuk mengungkapkan “kabar baik” untuk pasar keuangan. Profitabilitas dapat diukur dengan proksi ROA, yaitu perbandingan profitabilitas sebelum pajak terhadap total aset. Sehingga profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba yang dihasilkan dari total aset yang dimiliki. ROA diukur dengan menggunakan proksi pada model Lanis dan Richardson (2013) yaitu:

$$\text{ROA} = \frac{\text{PENDAPATAN SEBELUM PAJAK}}{\text{TOTAL ASET}}$$

### **Penelitian Terdahulu**

Terdapat beberapa penelitian yang telah menguji hubungan antara pengungkapan sosial dengan teori legitimasi, namun hasil analisis yang dihasilkan tidak memperoleh hasil yang signifikan. Lanis dan Richardson (2013) melakukan penelitian berkaitan dengan agresivitas pajak pada perusahaan pertambangan di Australia. Menurut teori legitimasi, perusahaan yang melakukan agresivitas pajak memerlukan pengungkapan informasi tambahan mengenai CSR untuk memenuhi harapan masyarakat. Namun, hasil penelitian tersebut gagal karena dianggap tidak konsisten. Penelitian serupa dilakukan oleh Deegan, et.al (2002) dalam Lanis dan Richardson (2013) dengan menganalisis laporan tahunan perusahaan agresivitas pajak yang sama di Australia. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa ada hubungan antara masyarakat terhadap isu-isu sosial, lingkungan tertentu dan pengungkapan CSR dalam laporan tahunan yang mana mengaitkan CSR dengan liputan media.

Penelitian tersebut bertentangan dengan penelitian Guthrie dan Parker (1989). Deegan, et.al (2002) menyimpulkan bahwa ada hubungan teori legitimasi yang mendasari tindakan agresivitas pajak. Serta terdapat penelitian yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson pada tahun 2013 yang menguji pengaruh antara agresivitas pajak terhadap CSR untuk menguji teori legitimasi dan menunjukkan hasil yang positif.

### **Pengembangan Hipotesis**

Kinerja perusahaan tidak lepas dari lingkungan dan masyarakat, salah satu bentuk interaksi perusahaan dengan masyarakat adalah melalui tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR yang sesuai dengan teori legitimasi. Bentuk tanggung jawab sosial perusahaan bertujuan menarik perhatian masyarakat agar perusahaan tersebut mendapatkan kesan yang baik dan dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan dituntut untuk melakukan CSR agar dapat memperbaiki legitimasi dari masyarakat dan mendapatkan keuntungan. Perusahaan dikatakan berhasil apabila dapat memenuhi harapan masyarakat melalui pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan. Sebaliknya, perusahaan akan mengarah pada kegagalan apabila tidak dapat memenuhi harapan masyarakat dan tentunya menimbulkan penyebaran informasi negatif tentang perusahaan tersebut.

Kinerja perusahaan dikatakan baik apabila mampu memperoleh laba yang tinggi pada tahun berjalan. Laba perusahaan yang tinggi dapat diperoleh dengan cara meminimalkan beban-beban yang dimiliki oleh perusahaan. Salah satu beban yang dimiliki oleh perusahaan adalah beban dalam membayar pajak.

Tindakan meminimalkan beban pajak atau agresivitas pajak di kalangan perusahaan-perusahaan besar sering terjadi, terutama di Indonesia. Perusahaan merasa terbebani dengan banyaknya beban yang ditanggung, misalnya kasus yang saat ini terjadi adalah perusahaan berusaha untuk menekan beban CSR perusahaan dengan meminimalkan beban pajaknya. Tindakan tersebut pada dasarnya tidak sesuai dengan harapan masyarakat dan memiliki dampak negatif terhadap masyarakat karena mempengaruhi kemampuan pemerintah dalam menyediakan barang publik (Lanis dan Richardson, 2013).

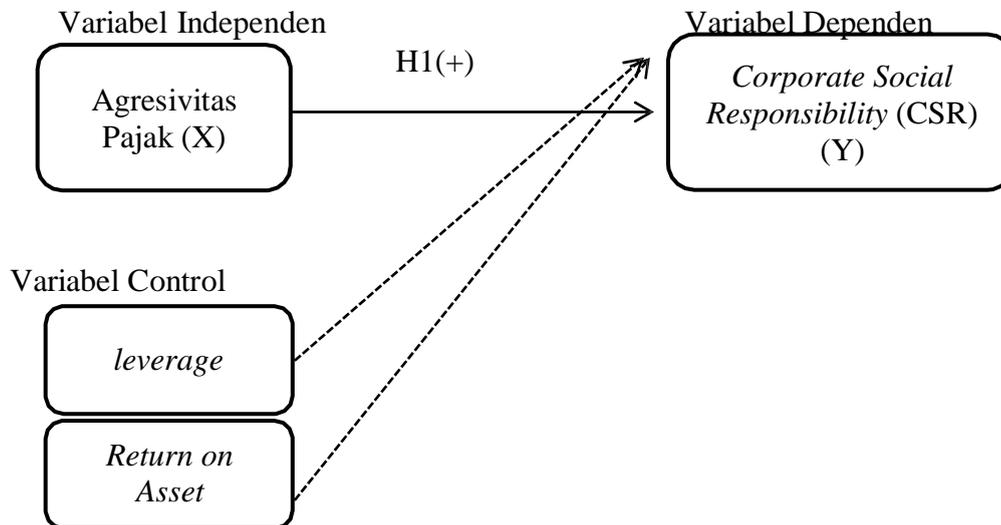
Terdapat beberapa penelitian yang telah menguji hubungan antara pengungkapan sosial dengan teori legitimasi, namun hasil analisis yang dihasilkan tidak memperoleh hasil yang signifikan. Lanis dan Richardson (2013) melakukan penelitian berkaitan dengan agresivitas pajak pada perusahaan pertambangan di Australia. Menurut teori legitimasi, perusahaan yang melakukan agresivitas pajak memerlukan pengungkapan informasi tambahan mengenai CSR untuk memenuhi harapan masyarakat. Namun, hasil penelitian tersebut gagal karena dianggap tidak konsisten. Penelitian serupa dilakukan oleh Deegan, et.al (2002) dalam Lanis dan Richardson (2013) dengan menganalisis laporan tahunan perusahaan agresivitas pajak yang sama di Australia. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa ada hubungan antara masyarakat terhadap isu-isu sosial, lingkungan tertentu dan pengungkapan CSR dalam laporan tahunan yang mana mengaitkan CSR dengan liputan media.

Penelitian tersebut bertentangan dengan penelitian Guthrie dan Parker (1989). Deegan, et.al (2002) menyimpulkan bahwa ada hubungan teori legitimasi yang mendasari tindakan agresivitas pajak. Serta terdapat penelitian yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson pada tahun 2013 yang menguji pengaruh antara agresivitas pajak terhadap CSR untuk menguji teori legitimasi dan menunjukkan hasil yang positif.

Berdasarkan uraian di atas dan belum adanya arah konsistensi yang jelas mengenai hubungan agresivitas pajak terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk menguji teori legitimasi, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H1 : Agresivitas pajak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

**Gambar 1**  
**Model Penelitian**



## METODE PENELITIAN

### Variabel Penelitian

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Corporate social and responsibility*, dimana pengungkapan CSR yang dilakukan oleh suatu perusahaan merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan. Variabel pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diukur dengan proksi CSRI (*corporate Social Responsibility Reporting Index*) menurut GRI (*Global Reporting Intiative*) G4 2016.

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak. Agresivitas pajak merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk meminimalkan beban pajak yang akan dibayar dengan cara yang legal maupun ilegal. Adapun yang menjadi proksi utama dalam penelitian ini adalah *Effective Tax rates* (ETR). Penelitian ini juga menggunakan variabel kontrol, yaitu *Return on Asset* (ROA) dan *Leverage*.

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2015. Penentuan sampel menggunakan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang tidak mengalami kerugian.

2. Perusahaan yang tidak menggunakan satuan nilai rupiah dalam laporan keuangannya.
3. Melaporkan laporan tahunan secara berturut-turut dari tahun 2013-2015.
4. Perusahaan yang mempunyai data lengkap terkait informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

### Metode Analisis

Metode analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda yang terdiri dari statistik deskriptif, uji asumsi klasik dan uji hipotesis yang perhitungannya dilakukan menggunakan *software* SPSS 22. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel agresivitas pajak terhadap *corporate social responsibility* (CSR).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### Hasil Statistik Deskriptif

Hasil analisis statistic deskriptif sebagai berikut:

**Tabel Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	60	,13681	,53846	,2745037	,11402837
AP	60	,01176	,54564	,2713760	,11126683
ROA	60	,01265	,27866	,1134498	,06966822
LEV	60	,01003	,35601	,1139718	,09255582
Valid N (listwise)	60				

Sumber : *Output* SPSS 22 diolah, 2017

Tabel di atas menggambarkan deskripsi variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

- a. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki nilai minimum sebesar 0,13681 dan nilai maksimum 0,53846. Variabel CSR yang merupakan pengungkapan sosial yang diukur dengan 91 item memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,274503. Hal ini menunjukkan rata-rata perusahaan sampel telah mengungkapkan sebesar 27,45% dari 91 pengungkapan CSR, serta standar deviasi sebesar 0,1140283 menunjukkan variasi yang terdapat pada variabel ini. Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terendah sebesar 13,68% yaitu pada perusahaan KDSI periode tahun 2014 dan *corporate social responsibility* (CSR) tertinggi sebesar 53,84% yaitu pada perusahaan TOTO periode tahun 2014.

- b. Variabel agresivitas pajak (AP) yang diukur menggunakan proksi ETR dalam penelitian ini, berdasarkan data pada tabel 4.3 diketahui memiliki nilai minimum 0,01176 dan nilai maksimum 0,54564. Variabel agresivitas pajak atau ETR memiliki nilai rata-rata (*mean*) adalah 0,27137. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan sampel mencatatkan pajak yang dibebankan rata-rata sebesar 27,13% dari jumlah laba sebelum pajak pada perusahaan sampel, serta standar deviasi sebesar 0,11126. Hal ini menunjukkan variasi yang terdapat pada variabel ini. Agresivitas pajak (AP) dengan proksi ETR terendah sebesar 11,76% yaitu pada perusahaan INCI periode tahun 2015 dan agresivitas pajak tertinggi sebesar 54,56% yaitu pada perusahaan TRST periode tahun 2013.
- c. Variabel ROA (*Return on Asset*) memiliki nilai minimum 0,01265 dan nilai maksimum 0,27866. Variabel ROA memiliki nilai rata rata (*mean*) variabel ROA sebesar 0,11344. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan sampel rata-rata mendapatkan laba sebelum pajak sebesar 11,34% dari total asset pada perusahaan sampel, serta standar deviasi sebesar 0,69668 menunjukkan variasi yang terdapat pada variabel ini. ROA tertinggi sebesar 27,86% yaitu pada perusahaan ARNA periode tahun 2013.
- d. Variabel LEV (*leverage*) memiliki nilai minimum sebesar 0,01003 dan nilai maksimum 0,35601. Nilai rata-rata (*mean*) LEV sebesar 0,11397 yang artinya nilai rata-rata perusahaan sampel sebesar 11,39%. hal ini menunjukkan bahwa rata-rata sebesar 0,11397 perusahaan perbandingan antara total hutang jangka panjang dengan total asset, serta standar deviasi sebesar 0,092555. *Leverage* terendah yaitu pada perusahaan SMBR pada periode tahun 2014 dan *leverage* tertinggi sebesar 35,60% yaitu pada perusahaan JPFA periode tahun 2013.

### Uji Normalitas

**Tabel One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

			Unstandardized Residual
N			60
Normal	Mean		,0000000
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation		,09678746
Most	Extreme	Absolute	,096
Differences		Positive	,096
		Negative	-,080
Test Statistic			,096
Asymp. Sig. (2-tailed)			,200 <sup>c,d</sup>

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji normalitas dengan menggunakan uji non parametric *Kolmogrov-Smirnov test* dapat diketahui bahwa besarnya nilai *Asymp. Sig* adalah 0,200 atau 20,0 %, maka dapat disimpulkan bahwa data residual terdistribusi secara normal karena nilai signifikansi yang lebih besar dari  $\alpha = 5\%$  atau 0,05.

#### Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Metode pengujian yang bisa digunakan yaitu melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi, membandingkan nilai koefisien determinasi individual ( $r^2$ ). Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan tidak adanya multikolinieritas adalah nilai *Tolerance*  $> 0,10$  dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF)  $< 10$ .

**Tabel Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
AP	,848	1,179
ROA	,741	1,350
LEV	,807	1,239

a. Dependent Variable: CSR

Sumber : *Output SPSS 22 diolah, 2017*

Berdasarkan hasil pengolahan data yang ditampilkan pada tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel agresivitas pajak dengan menggunakan proksi ETR sebesar 0,848, variabel ROA sebesar 0,741, variabel LEV sebesar 0,807. Maka semua variabel independen memiliki nilai *tolerance* diatas 0,10 (10 persen). Nilai VIF pada variabel agresivitas pajak (AP) sebesar 1,179, variabel ROA sebesar 1,350 dan variabel LEV 1,239, semua variabel independen juga memiliki nilai VIF dibawah 10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pada model penelitian ini terbebas dari gejala multikolinieritas.

#### Uji Autokorelasi

Untuk mengetahui adanya autokorelasi digunakan *statistic Durbin-Watson* (DW-test) dengan metode *the cochrane –orcutt two-step procedure*.

**Tabel Model Summary<sup>c,d</sup>**

Model	R	R Square <sup>b</sup>	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,871 <sup>a</sup>	,758	,745	,09228	1,988

Sumber : *Output SPSS 22 diolah, 2017*

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai dw sebesar 1,988. Nilai tersebut akan dibandingkan dengan nilai yang ada pada tabel dw dengan menggunakan taraf signifikan  $\alpha = 5$  persen. Jumlah sampel (n) dan variabel bebas (k) dalam penelitian ini adalah  $n = 60$  dan  $k = 1$ , sehingga nilai batas bawah (dl) diketahui sebesar 1,5485 dan batas atas (du) sebesar 1,6162. Kesimpulannya adalah bahwa nilai 1,6162 (du)  $< 1,988$  (dw)  $< 2,3838$  (4-du), maka model regresi pada penelitian ini terbebas dari autokorelasi.

#### Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian persamaan regresi digunakan untuk menganalisis ada tidaknya pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen.

**Tabel Hasil Uji Koefisien Linier Berganda**

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	,065	,054		1,199	,236
	AP	,276	,126	,269	2,186	,033
	ROA	,988	,216	,604	4,580	,000
	LEV	,197	,156	,160	1,265	,211

<sup>a</sup> a. Dependent Variable: CSR

Sumber : *Output SPSS 22 diolah, 2017*

$$TCSR = \alpha_0 + \beta_1 AP + \beta_2 ROA + \beta_3 LEV + e$$

$$Y = 0,065 + 0,276 + 0,988 + 0,197$$

## Uji Kebaikan Model (Goodness of fit)

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Nilai determinasi ditentukan dengan nilai *Ajusted R Square*.

Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi ( *Adjusted R<sup>2</sup>* )

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,529 <sup>a</sup>	,280	,241	,09934616

a. Predictors: (Constant), LEV, AP, ROA

b. Dependent Variable: CSR

Berdasarkan hasil olah data pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,241 yang berarti bahwa variasi variabel dependen *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen agresivitas pajak (AP) dengan menggunakan proksi (ETR) dengan variabel kontrol ROA dan *leverage* sebesar 24,1 persen, sedangkan sisanya yaitu 75,9 persen dijelaskan oleh faktor lain atau variabel lain yang tidak tercakup dalam model penelitian ini. Nilai  $R^2$  menunjukkan 0,529 yang artinya bahwa koefisien korelasi sebesar 52,9 persen. Dari nilai dapat disimpulkan bahwa hubungan antar variabel agresivitas pajak (AP) dengan variabel kontrol ROA dan *leverage* memiliki posisi yang kuat.

## Uji Signifikansi t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel Hasil Uji t

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	,065	,054		1,199	,236
	AP	,276	,126	,269	2,186	,033
	ROA	,988	,216	,604	4,580	,000
	LEV	,197	,156	,160	1,265	,211

a. Dependent Variable: CSR

Sumber : *Output SPSS 22 diolah, 2017*

Nilai t-tabel pada penelitian ini adalah 1,671 ( $df = 60 (n) - 4 (k)$ )

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 4.10 maka pengaruh variabel secara parsial (individu) dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Variabel agresivitas (AP) pajak dengan proksi (ETR) menunjukkan nilai t-hitung sebesar  $2,186 > t\text{-tabel } 1,671$  dengan tingkat signifikan  $0,033 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya bahwa agresivitas pajak (ETR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR).
- b. Variabel ROA menunjukkan nilai t-hitung sebesar  $4,580 > t\text{-tabel } 1,671$  dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya bahwa ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR).
- c. Variabel *leverage* menunjukkan nilai t-hitung sebesar  $1,265 < t\text{-tabel } 1,671$  dengan tingkat signifikan  $0,211 > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang artinya bahwa variabel *leverage* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR).

## **Pembahasan**

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah untuk menguji apakah agresivitas pajak (AP) berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR). Berdasarkan hasil *output* SPSS pada tabel 4.10, hasil penelitian ini menyatakan agresivitas pajak (AP) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR). Dari hasil regresi yang disajikan agresivitas pajak (AP) terhadap *corporate social responsibility* (CSR) mendukung hipotesis yang diajukan, karena pada hipotesis ini menerima hipotesis alternatif ( $H_a$ ) dan menolak hipotesis nol ( $H_0$ ) artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel agresivitas pajak (AP) terhadap *corporate social responsibility* (CSR), dengan kata lain hipotesis penelitian **diterima**.

Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa agresivitas pajak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dengan nilai negatif ETR menunjukkan bahwa semakin rendah nilai ETR, maka tindakan agresivitas pajak perusahaan akan semakin tinggi. Artinya, perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas pajak tinggi akan mengungkapkan laporan tanggung jawab sosial lebih besar dari pada perusahaan yang memiliki agresivitas pajak rendah. Hal ini dilakukan perusahaan agar memperoleh legitimasi atau pengakuan baik dari investor, kreditor, konsumen, pemerintah dan masyarakat sekitar, sehingga tindakan agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan tertutupi oleh pengungkapan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang baik.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menyatakan bahwa *Return On Asset* (ROA) sebagai variabel kontrol berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility* (CSR) dalam hubungannya antara agresivitas pajak dan *corporate social responsibility* (CSR). Variabel ROA terbukti memiliki pengaruh sebagai variabel kontrol untuk mendukung kuat pengaruh variabel independen (agresivitas pajak) terhadap CSR. Hal ini mengindikasikan bahwa profitabilitas bertujuan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan pada tingkat penjualan, asset, dan modal saham yang tertentu. Oleh karena itu jika perusahaan mengalami keuntungan yang tinggi, perusahaan tersebut mengungkapkan informasi yang lebih lengkap dalam laporan keuangannya. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi memungkinkan perusahaan dapat mengungkapkan *corporate social responsibility* (CSR) lebih besar dengan mengalihkan beban pajak terhadap beban CSR, tindakan tersebut dikarenakan CSR memiliki manfaat positif bagi perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *leverage* sebagai variabel kontrol tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR) dalam hubungannya antara agresivitas pajak dan *corporate social responsibility* (CSR). Variabel kontrol *leverage* mempunyai tingkat signifikansi sebesar 0,211, hasil tersebut mengindikasikan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya hutang yang dimiliki oleh perusahaan tidak digunakan untuk kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) melainkan digunakan untuk kegiatan operasional lain yang lebih diperlukan oleh perusahaan. Selain itu, meskipun jumlah hutang perusahaan besar terhadap lingkungan sosialnya maka perusahaan tersebut akan tetap melakukan pengungkapan tanggung jawab atau *Corporate Social Responsibility* (CSR).

## **SIMPULAN**

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris tentang sejauh mana agresivitas pajak (AP) dengan variabel kontrol ROA dan *leverage* mempengaruhi *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar dibursa efek Indonesia (BEI).

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility* (CSR). Hal ini menunjukkan bahwa

perusahaan yang memiliki agresivitas pajak yang tinggi akan cenderung mengungkapkan informasi CSR lebih besar untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat dan melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi.

2. Hasil dari variabel ROA sebagai variabel kontrol menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR). Hal ini disebabkan perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi perusahaan tersebut akan cenderung mengungkapkan *corporate social responsibility* (CSR) lebih besar, dimana dengan perusahaan mengungkapkan CSR lebih besar membuat masyarakat memperoleh manfaat langsung dari pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).
3. Variabel kontrol *leverage* (LEV) tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR). Hal tersebut karena CSR yang dilakukan oleh perusahaan tidak bergantung pada besar kecilnya *leverage* perusahaan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- A.B. Susanto. 2009. *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility: Pendekatan Strategik Manajemen dalam CSR*. Jakarta: Esensi.
- Avi-Yonah, R.S. 2008. *Corporate social responsibility and strategic tax behavior*. In W. Schon, ed. *Tax and Corporate Governance*. Berlin Heidelberg: Springer Verlag.
- Balakrishnan, K., J. Blouin, and W, Guay. 2011. *Does Tax Aggressiveness Reduce Financial Reporting Transparency*.
- Boone, Louis E. Kurtz, David I. 2008. *Pengantar Bisnis Kontemporer*, buku I. Jakarta: Salemba Empat.
- Chariri, A. 2008. Kritik Sosial Atas Pemakaian Teori Dalam Penelitian Pengungkapan Sosial dan Lingkungan. *Jurnal Maksi*, 8, 151-169.
- Darwin, A. 2006. Akuntabilitas, Kebutuhan, Pelaporan dan Pengungkapan CSR bagi Perusahaan di Indonesia, *Economics Business Accounting Review*. Departemen Akuntansi FEUI. Edisi III. 83-89.
- Deegan, C., Rankin, M. and Tobin, J. 2002, *An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983-1997*, *Accounting, Auditing & Accountability*, Vol. 15 No. 3, pp. 312-43.

- Dharma, I Made Surya, dan Putu Agus Ardiana. 2016. Pengaruh Leverage, Intensitas Aset Tetap, Ukuran Perusahaan, dan Koneksi Politik terhadap Tax Avoidance. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 15(1):584-613.
- Dowling, John and Jeffrey Pfeffer, 1975. Organizational Legitimacy, Sosial Values, and Organizational Behavior. *Pacific Sociological Review*.18.
- Fachri Maulana. 2013. Pengaruh ROA, CAR dan LDR terhadap Return Saham pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2012.
- Ghozali, I. 2011. Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Semarang: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Edisi 7. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, Nor. 2011. Corporate Social Responsibility. Edisi Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Haniz, Nadya Fazriana dan Hadi Sasana. 2013. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Daerah Kota Tegal. E-Jurnal EP Unud Vol. 3 No. 1.
- Harari, M., O. Sitbon, and R. Donyets. 2012. *The Missing Billions: Aggressive Tax Planning and Corporate Social Responsibility in Israel*. [www.google.co.id](http://www.google.co.id). Diakses Rabu 13 April 2017.
- Hlaing, K.P. 2012. *Organizational Architecture of Multinationals and Tax Aggressiveness*. University of Waterloo. Canada.
- [http://theprakarsa.org/new/ck\\_uploads/files/G20%20dan%20Transfer%20Pricing](http://theprakarsa.org/new/ck_uploads/files/G20%20dan%20Transfer%20Pricing). Global Financial Integrity.
- <http://www.bidikbanten.com/2014/06/pt-indah-kiat-kragilan-diduga-abaikan-csr>. Diakses Kamis 20 April 2017.
- [http://www.kompasiana.com/budiarto\\_milano\\_sinaga/petaka-pt-toba-pulp-lestari-indorayon\\_552a58136ea834d129552cf9](http://www.kompasiana.com/budiarto_milano_sinaga/petaka-pt-toba-pulp-lestari-indorayon_552a58136ea834d129552cf9). Diakses Senin 11 April 2017.
- Ilmiani, A., dan Sutrisno, C. R. 2014. Pengaruh *Tax Avoidance* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Transparansi Perusahaan sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 14 (No 1).
- Undang-Undang tentang Perseroan Terbatas, UU No.40 Tahun 2007, LN No.106 Tahun 2007 , TLN No. 4756.
- Undang-Undang tentang Penanaman Modal, UU No. 25 Tahun 2007, LN No. 67 Tahun 2007, TLN No. 4742.

- Khurana, I. K. dan W. J. Moser. 2009. *Institutional Ownership and Tax Aggressiveness*. www.ssrn.com
- Landolf, U. and Symons, S. 2008, Applying corporate responsibility to tax, *International Tax Review*, Vol. 31, pp. 6-13.
- Kurniasih, Tommy dan Maria M. Ratna Sari 2013. Pengaruh *Return On Asset, Leverage, Corporate Governance*, Ukuran Perusahaan dan Kompensasi Rugi Fiskal pada Tax Avoidance. *Buletin Studi Ekonomi*. Vol. 18 No. I.
- Lanis, R. and G. Richardson. 2012. *Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis*. *J. Account. Public Policy*, pp.86-108.
- Lanis, R. and G. Richardson. 2013. *Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: a test of legitimacy theory*. *Accounting Auditing and Accountability Journal*, Vol. 26 No 1, pp.75-100.
- Lietz, Gerrit M. 2013. Tax Avoidance vs. Tax Aggressiveness: A Unifying Conceptual Framework. or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2363828>.
- Luthan, Elvira. 2010. Keterkaitan Antara *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan *Good Corporate Governance (GCG)* dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Bandung: UNPAD Press.
- Peraturan Daerah Nomor 12 Tahun 2011 tentang Tanggung Jawab Sosial.
- Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-32/PJ/2011 tentang Perubahan atas Peraturan Direktur Jendral Pajak Nomor PER-43/PJ/2010 tentang Penerapan Prinsip Kewajiban dan Kelaziman Usaha Dalam Transaksi Antara Wajib Pajak Dengan Pihak Yang Mempunyai Hubungan Istimewa.
- Peraturan Menteri Negara BUMN No. Per-5/MBU/2007 Tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Bina Lingkungan.
- Permanasari, Wien Ika, dan warsito Kawedar. 2010. Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusional dan *Corporate social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan. Diss. Universitas Diponegoro.
- Rahman, A. 2009. Hubungan Sistem Administrasi Perpajakan Modern dengan Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Ilmu Administrasi*. Vol.6 No.1 Maret 2009.
- Ramadhani, Laras Surya. 2012, pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Akuntansi dan Auditing*. Volume 8. No 2 MEI PP 95-189.
- Resmi, Siti. 2014. *Perpajakan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rustiarini, Ni Wayan. 2010. Pengaruh Corporate Governance pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XIII*. Purwokerto 2010.

Sembiring,R.A.2005. Karakteristik perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris padaPerusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. Simposium Nasional Akuntansi VIII.

Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.

Tamara, D. Arshad Darulmalshah. 2009. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Daerah Kota Bandung. E-Jurnal EP Unud. Vol. 1 No. 2.

Untung, Dr. Hendrik Budi. 2009. *Corporate Social Responsibility*. Sinar Grafika. Jakarta.

Watson, L. 2012. *Corporate Social Responsibility, Tax Avoidance, and Tax Aggressiveness. Social Science Research Network*.

Winda, Plorensia A.P. 2015. *Pengaruh Agresivitas Pajak dan Media Ekposure terhadap Corporate Social Responsibility*. Dinamika Akuntansi, Keuangan dan Perbankan. ISSN: 1979-4878.

[www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)

[www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

Zeng,T. 2012. *Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness. Social Science Research Network*