



PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Rizky Arfiyanto, Moh Didik Ardiyanto¹

Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of tax aggressiveness on corporate social responsibility disclosure. The dependent variable used in this study is the disclosure of social responsibility. While the independent variable in this study is the tax aggressiveness measured using the proxy Effective Tax Rates (ETR). This study uses four control variable; include capital intensity, market to book ratio, return on asset (ROA), dan size. This study is a replication of the study by Lanis and Richardson (2013) and using 196 manufacturing companies that listed on the Indonesia Stock Exchange in the period 2013-2016 as the sample. The sample is chosen by purposive sampling method and there are 24 data outlier. The company that meet the criteria of this research are 168 companies. Data were analyzed using ordinary least square regression analysis model. The study indicate that tax aggressiveness has a positive and significant impact on the disclosure of Corporate Social Responsibility. The study indicate that the higher the level of tax aggressiveness of a company, the greater the disclosure of Corporate Social Responsibility. So this study justify the theory of legitimacy.

Keywords : corporate social responsibility, tax aggressiveness, effective tax rates

PENDAHULUAN

Pajak merupakan tindakan yang dilakukan oleh pemerintah negara dengan cara memungut bayaran terhadap seluruh masyarakat yang tinggal di negara tersebut dengan hukum-hukum yang berlaku. Hasil pajak tersebut digunakan sebagai biaya yang akan dialokasikan secara umum dalam pembangunan negara dan bukan untuk kepentingan pribadi, oleh karena itu para wajib pajak tidak dapat merasakan hasil dari pungutan pajak tersebut secara langsung. Dimana dari hasil pajak tersebut nantinya di masukan dalam kas negara dan dipergunakan untuk dana pembangunan fasilitas & infrastruktur negara, alokasi umum, pemilihan umum, penegakan hukum, subsidi pangan & BBM, pelayanan kesehatan, pertahanan & keamanan negara, pendidikan, kelestarian lingkungan hidup, penanggulangan bencana, kelestarian budaya, dan dari sektor-sektor lainnya. Oleh sebab itu pajak merupakan sumber penerimaan yang penting. Hal tersebut berbanding terbalik bagi suatu perusahaan, dimana pajak merupakan beban yang dapat menurunkan tingkat pendapatan perusahaan.

Lanis & Richardson (2012) menyatakan bahwa salah satu pendorong dalam suatu keputusan di perusahaan adalah pembayaran pajak. Dimana dalam suatu manajerial perusahaan tersebut dirancang sedemikian rupa yang bertujuan untuk meminimalisir tingginya pajak yang ditetapkan oleh pemerintah pada suatu perusahaan dengan menggunakan kegiatan agresivitas pajak dalam arti lain yaitu penghindaran pajak. Agresivitas pajak juga dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan manajemen yang bertujuan untuk menurunkan tingkat tarif pajak yang seharusnya dibayarkan oleh perusahaan. Dengan hal tersebut maka perusahaan akan lebih agresif terhadap tingkat perpajakan yang lama kelamaan akan semakin tinggi.

Frank, Lynch, & Rego (2009) mengungkapkan bahwa agresivitas pajak perusahaan yaitu upaya untuk memanipulasi PKP (Pendapatan Kena Pajak) yang dilakukan pada perencanaan penghindaran pajak dengan menggunakan cara-cara ilegal (*tax evasion*) maupun legal (*tax avoidance*). Maka hal tersebut dapat dikatakan agresivitas pajak yaitu kegiatan yang direncanakan oleh perusahaan secara sengaja untuk mengurangi beban pajak pada perusahaan dengan mementingkan keuntungan perusahaan. Slemrod (2004) memberikan pendapat bahwa tindakan agresivitas pajak adalah aktivitas lebih mendetail, dimana dalam keseluruhan terdapat terjadinya transaksi dengan tujuan yaitu sama-sama untuk meminimalisir beban pajak perusahaan.

Dari kasus tersebut maka pemerintahlah yang akan secara tidak langsung terkena dampak dari kegiatan agresivitas pajak yang dilakukan oleh para perusahaan-perusahaan nakal yang semata-mata hanya untuk meraup keuntungan yang lebih dibandingkan menjalankan kewajiban negara. Sesuai dengan Undang-Undang dasar 1945 pasal 23A berisi tentang pungutan atau suatu hal yang bersifatnya memaksa dan bertujuan untuk kepentingan negara maka hal tersebut sudah di atur oleh perundang-undangan negara. Akan tetapi hal tersebut malah dapat dimanfaatkan para wajib pajak untuk melakukan pembayaran wajib pajaknya dengan menggunakan cara-cara lain dengan maksud agar beban pajak yang dikenakan semakin kecil dibandingkan beban pajak yang harus mereka terima. Lanis dan Richardson (2013) berpendapat bahwa kebanyakan masyarakat melihat mengenai perusahaan-perusahaan yang menggunakan perencanaan agresivitas pajak diidentifikasi telah melakukan perencanaan yang sifatnya tidak benar dan tidak mempunyai rasa tanggung jawab. Dengan melakukan kegiatan agresivitas pajak hal itu juga secara tidak langsung dapat merubah pandangan masyarakat menjadi negatif terhadap perusahaan yang melakukan kegiatan tersebut, dan bukan hanya pandangan masyarakat terhadap perusahaan menjadi buruk saja akan tetapi perusahaan juga dibebani dengan adanya tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dimana hal tersebut akan menjadi sorotan ketika hal tersebut tidak dilakukan oleh perusahaan.

Dapat dijelaskan bahwa CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan serta dapat mendorong kualitas hidup masyarakat dan bukan hanya itu saja akan tetapi CSR juga dapat meningkatkan para pemangku kepentingan. Terdapat beberapa cara dalam mendefinisikan CSR termasuk ketika perusahaan mengkalkulasikan terjadinya dampak lingkungan dan sosial ketika mereka beroperasi, dengan cara meningkatkan manfaat dari kegiatan tersebut tanpa melihat dampak yang akan ditimbulkan dari kegiatan tersebut. Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa salah satu faktor penting dalam keberlangsungan hidup perusahaan yaitu dengan melakukan kegiatan CSR, meskipun kegiatan tersebut bersifat sukarela dan tidak diwajibkan. Oleh karena itu perusahaan berusaha agar kegiatan agresivitas pajak tidak terlihat buruk oleh masyarakat maka salah satu cara perusahaan tersebut yaitu dengan melakukan kegiatan tanggung jawab sosial yang lebih banyak terhadap masyarakat dengan harapan dapat merubah pola pikir masyarakat yang beranggapan buruk menjadi baik terhadap perilaku dari perusahaan tersebut.

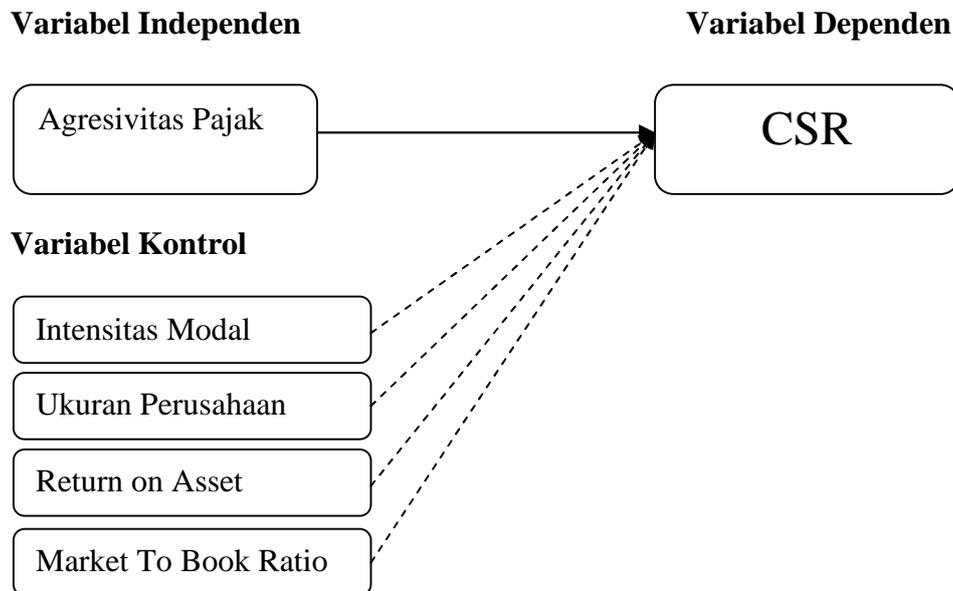
KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Terdapat beberapa perusahaan-perusahaan untuk mencari cara agar beban yang ditimbulkan oleh pajak di perusahaannya tersebut dapat diminimalkan salah satunya menggunakan cara agresivitas pajak atau menghindari pajak yang akan dibebankan di perusahaannya. Perusahaan-perusahaan yang telah melakukan agresivitas pajak akan lebih banyak pengungkapan mengenai CSR dibandingkan perusahaan tidak agresif pajak dikarenakan beban yang didapatkan oleh perusahaan seharusnya dikeluarkan untuk dialihkan pada CSR. Dalam pengungkapan CSR digunakan untuk memberikan bukti secara terwujud dengan adanya timbal balik terhadap masyarakat dimana, dalam menjalankan operasional perusahaan pasti tidak lepas dengan hubungan dari lingkungan sekitar dan dukungan yang ada dari masyarakat. Dengan adanya hal tersebut bertujuan untuk mendapatkan legitimasi positif dari masyarakat. Deegan (2006) dan Dillard dkk. (2004) dalam Ahmad Nurkin (2009) memberikan pendapat mengenai teori legitimasi bahwa kerangka teoritis sebagai kajian untuk tahun-tahun sebelumnya yang menjelaskan tentang organisasi melakukan pelaporan secara sukarela terhadap lingkungan.

Dalam penelitian ini menguji tentang pengaruh Agresivitas pajak terhadap pengungkapan CSR apakah terdapat hubungan diantara kegiatan tersebut dalam menguji teori legitimasi. Terdapat tiga variabel di penelitian ini diantaranya yaitu variabel independen, variabel dependen, dan variabel kontrol. Untuk variabel Independen dalam penelitian ini adalah Agresivitas pajak dengan menggunakan proksi ETR, dimana ETR sebagai alat untuk mengukur apakah perusahaan yang nantinya dijadikan sampel terindikasi bahwa perusahaan tersebut telah melakukan agresivitas pajak atau tidak, sedangkan untuk variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan alat ukur yang digunakan yaitu sesuai dengan pengungkapan GRI (Global Reporting Initiative), dimana terdapat 84 indeks yang terdiri dari enam kategori yaitu

meliputi lingkungan, ketenagakerjaan, hak asasi manusia, tanggung jawab produk, kemasyarakatan, dan ekonomi. Terdapat juga beberapa variabel kontrol yaitu Return on Asset (ROA), intensitas modal (CAPINT), Market To Book Ratio (MTBR) dan ukuran perusahaan (SIZE). Dapat disimpulkan mengenai tiga variabel tersebut dalam kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran Teoritis



Berdasarkan penjelasan logis pada hubungan variabel Gambar 2.1, maka dapat dijelaskan bahwa agresivitas pajak merupakan variabel independen yang berpengaruh terhadap CSR (*Corporate Social Responsibility*) sebagai variabel dependennya dan juga terdapat empat variabel kontrol yaitu intensitas modal, ukuran perusahaan, return on asse, dan market to book ratio. Penjelasan hipotesis tersebut dijelaskan pada bagian berikut.

Pengaruh Agresivitas pajak Terhadap CSR

Pada dasarnya dalam melakukan kegiatan usaha tidak luput dari hubungan masyarakat dan hubungan lingkungan. Oleh karena itu hubungan tersebut dapat diwujudkan dengan adanya interaksi secara langsung oleh perusahaan kepada masyarakat dengan cara melakukan kegiatan sosial atau bisa disebut dengan kegiatan tanggung jawab sosial. Dari kegiatan tanggung jawab sosial itulah perusahaan berharap akan mendapatkan perhatian yang lebih dari masyarakat dan kesan baik terhadap perusahaan tersebut. Oleh sebab itu perusahaan perlu didorong untuk menggunakan kegiatan tanggung jawab sosial sebagai kegiatan untuk mendapatkan legitimasi oleh masyarakat. Hal tersebut juga didasari bahwa perusahaan yang baik adalah perusahaan yang dapat memenuhi harapan yang diinginkan oleh masyarakat dan sebaliknya perusahaan yang terindikasi gagal adalah perusahaan yang tidak dapat memenuhi harapan-harapan yang diinginkan oleh masyarakat. Oleh sebab itu apa bila harapan masyarakat tidak dapat dipenuhi maka akan berakibat timbulnya informasi-informasi negatif mengenai perusaahaan dan akan menurunkan nama baik dari perusahaan tersebut. Akan tetapi perusahaan juga perlu mengingat bahwa keberhasilan bukan hanya untuk melakukan hubungan lingkungan dan masyarakat semata, akan tetapi juga memperhatikan hubungan dengan para stakeholdernya.

Deegan, et al (2002) mengungkapkan bahwa dalam teori legitimasi bahwa perusahaan yang terbukti melakukan kegiatan agresivitas pajak akan cenderung melakukan mengungkapkan informasi yang lebih banyak yang terkait dengan pengungkapan CSR pada berbagai bidang dengan tujuan untuk meringankan perhatian publik serta mencari simpati dari masyarakat. Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa ketika perusahaan semakin tinggi tingkat agresivitasnya maka akan meningkatkan juga pengungkapan CSRnya. Hal tersebut juga pernah diteliti dengan penelitian

terdahulu yang menerapkan penelitian mengenai teori legitimasi, sebagai contoh Guthrie dan Parker (1989) dalam Lanis dan Richardson (2013) yang telah sama-sama telah melakukan penelitian mengenai agresivitas pajak terhadap pengungkapan CSR dimana dalam penelitian tersebut menggunakan sampel perusahaan tambang yang terdapat di negara Australia dan didapatkan hasil bahwa penelitian tersebut gagal dikarenakan dianggap tidak sesuai dengan konteksnya. Penelitian selanjutnya juga pernah dilakukan oleh Deegan, et al dalam Lanis dan Richardson (2013) dengan penelitian yang sama mengenai hubungan agresivitas pajak dengan CSR dan di dapatkan hasil bahwa terjadi hubungan masyarakat dengan isu sosial, lingkungan dan pengungkapan CSR yang terdapat pada laporan tahunan yang mana menterkaitkan *Corporate Social Responsibility* pada Liputan Media.

Dari hasil Pengujian tersebut bertolak belakang pada hasil penelitian Guthrie dan Parker (1989). Deegan, et.al (2002) yang menyatakan bahwa Terdapat hubungan teori legitimasi secara mendasari dalam tindakan agresivitas pajak. Serta terdapat juga penelitian yang telah diteliti oleh Lanis dan Richardson pada tahun 2013 mengenai pengaruh agresivitas pajak terhadap CSR untuk menguji teori legitimasi dan didapatkan hasil dari penelitian tersebut terdapat hubungan positif diantara kedua kegiatan tersebut. Dari penjelasan sebelumnya masih belum ada arah konsistensi yang jelas antara hubungan agresivitas pajak terhadap CSR dalam menguji teori legitimasi, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1 : Agresivitas pajak berhubungan positif dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian

Variabel independen dalam penelitian ini yaitu agresivitas pajak, variabel dependen dalam penelitian ini yaitu CSR, dan variabel kontrol dalam penelitian ini terdapat empat variabel terdiri dari CINT (Capital Intensity), MTBR (Market to Book Ratio), ROA (Return on Asset, dan Size. Berikut merupakan definisi dari masing-masing variabel.

Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak yang diukur menggunakan ETR (*Effective Tax Rates*), ETR merupakan proksi yang sering digunakan dalam mengukur agresivitas pajak perusahaan, dimana dalam penelitian sebelumnya yang sama juga menggunakan proksi ETR sebagai alat untuk mengukur iya atau tidaknya perusahaan melakukan tindakan agresivitas pajak, hal tersebut dijelaskan bahwa ETR dapat dijadikan alat ukur agresivitas pajak karena banyak perusahaan yang menghindari pajak dengan mengurangi penghasilan kena pajak mereka dengan tetap menjaga laba akuntansi keuangan yang memiliki ETR rendah, oleh sebab itu semakin rendah nilai ETR maka semakin besar kemungkinan perusahaan tersebut agresif (Lanis dan Richardson, 2013).

Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah CSR yang diukur dengan menggunakan indeks pengungkapan yang terdapat pada GRI (Global Report Inisiatif) yang terdiri dari enam kategori, yaitu ekonomi, lingkungan, keselamatan tenaga kerja, hak asasi manusia, keterlibatan masyarakat, dan tanggung jawab produk. Dimana kategori tersebut diharapkan terdapat pada perusahaan di Bursa Efek Indonesia dengan 84 item yang terdiri dari 30 item dari kategori lingkungan (*Environment*), 15 item keselamatan tenaga kerja (*Labor Safety*), 11 item hak asasi manusia (*Human Right*), 10 item keterlibatan manusia (*Human Involvement*), 9 item tanggung jawab produk (*Product Responsibility*), dan 9 item Kinerja Ekonomi (*Economics*). Pengukuran yang dilakukan ini dengan cara mencocokkan item pada check list yang diungkapkan perusahaan dengan beberapa item. Apabila dalam item y tersebut diungkapkan maka akan diberikan nilai 1, dan sebaliknya apabila dalam item y tersebut tidak diungkapkan maka akan diberi nilai 0 pada table check list tersebut.

Variabel Kontrol

Terdapat empat variabel kontrol diantaranya yaitu Intensitas modal (CINT) merupakan gambaran seberapa besar aset yang dimiliki perusahaan untuk di investasikan dalam bentuk aset tetap. Untuk Market to book ratio (MTBR) adalah rasio yang bertujuan sebagai alat ukur seberapa besar tingkat pertumbuhan yang ada di perusahaan di masa depan. Pertumbuhan tersebut merupakan

salah satu tolak ukur untuk perusahaan bisa dapat berinvestasi di kemudian hari. Selanjutnya Untuk return on asset (ROA) merupakan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba dari usahanya. Dalam penelitian ini ROA sebagai proksi untuk mengukur seberapa besar tingkat profitabilitas dari perusahaan. dan yang terakhir ukuran perusahaan (size) menurut Ferry dan Jones (dalam Sujianto, 2001) berpendapat bahwa ukuran suatu perusahaan merupakan gambaran baik besar maupun kecil dari suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, total penjualan, rata-rata total penjualan dan rata-rata total aktiva. Dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan ukuran perusahaan adalah besarnya ukuran aset yang dimiliki oleh perusahaan. Lanis dan Richardson (2007) dalam penelitiannya berharap bahwa perusahaan yang besar kemungkinan lebih agresif dibandingkan perusahaan yang kecil karena memiliki kekuatan ekonomi dan politik yang lebih besar.

Penentuan Sampel

Dalam penelitian ini untuk populasi dan sampel menggunakan data dari beberapa perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2013-2016. Alasannya memilih periode dan perusahaan manufaktur tersebut yaitu karena banyaknya perusahaan yang ada di Indonesia dan tertarik untuk lebih memfokuskan penelitian tersebut kepada perusahaan – perusahaan manufaktur, dikarenakan dalam data Bursa Efek Indonesia mayoritas perusahaan – perusahaan yang tercatat adalah perusahaan manufaktur dan bukan hanya itu juga, dikarenakan banyak kasus mengenai agresivitas pajak yang terdapat di perusahaan manufaktur dibandingkan perusahaan lainnya.

Dalam pengambilan sampelnya penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, dimana *purposive sampling* adalah pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan atau ditentukan sendiri subjeknya dari peneliti.

Metode Analisis

Dalam penelitian ini analisis regresi Ordinary Least Square (OLS) digunakan untuk pengaruh variabel independen yaitu agresivitas pajak terhadap *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel dependen dengan tingkat signifikansi sebesar 5% ($= 0,05$). Adapun persamaan regresi dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$TCSR_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 ETR_{it} + \alpha_2 CINT_{it} + \alpha_3 MKTBK_{it} + \alpha_4 ROA_{it} + \alpha_5 SIZE_{it} + e$$

Keterangan:

TCSR	: Pengungkapan item CSR perusahaan
α_0	: Konstanta
$\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3, \alpha_4$: Koefisien regresi
ETR _{it}	: Agresivitas pajak perusahaan yang diukur menggunakan Proksi ETR
CINT _{it}	: Intensitas Modal perusahaan
MKTBK _{it}	: Market to book ratio perusahaan
ROA _{it}	: Tingkat pengembalian aset perusahaan
SIZE _{it}	: Tingkat ukuran perusahaan
e	: Error

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Obyek Penelitian

Berdasarkan pengambilan data perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2013-2016, maka didapatkan hasil 48 perusahaan manufaktur yang dapat diteliti dalam setahunnya, oleh sebab itu maka total penelitian pada periode 2013-2016 didapatkan 192 perusahaan manufaktur yang dapat diteliti. Dari 192 perusahaan tersebut terdapat 24 outlier atau perusahaan yang tidak digunakan dalam sampel penelitian dikarenakan terdapat data yang dianggap tidak normal untuk diteliti, maka didapatkan sampel yang terpilih akhir sebanyak 168 perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini. Berikut ringkasan hasil dari perolehan sampel:

Tabel 1
Ringkasan Hasil Perolehan Sampel

Kriteria Sampel	Tahun			
	2013	2014	2015	2016
Jumlah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	140	143	149	150
Perusahaan yang tidak melaporkan CSR	(6)	(6)	(4)	(12)
Perusahaan yang tidak memiliki data lengkap di Bloomberg	(86)	(89)	(97)	(90)
Jumlah perusahaan sampel per tahun			48	
Jumlah sampel 2013-2016			192	
Data outlier			(24)	
Sampel akhir 2013-2016			168	

Sumber: Data sekunder Bursa Efek Indonesia 2013-2016, 2017

Tabel 2
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSRSD	168	0,01	0,48	0,2059	0,10206
ETR	168	0,06	0,94	0,2861	0,15008
CINT	168	0,04	0,80	0,3470	0,17522
MTBR	168	0,09	62,93	4,0062	8,61313
ROA	168	0,004	0,564	0,13448	0,112079
SIZE	168	25,27	33,20	28,9704	1,64991
Valid N (listwise)	168				

Sumber: Data sekunder yang diolah menggunakan SPSS, 2017

Deskripsi Variabel

Pada tabel 2 dapat lihat bahwa rata-rata CSRSD sebesar 0,2059 dengan standar deviasi sebesar 0,09678. Maka hasil tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan CSR yang dilakukan oleh seluruh perusahaan memiliki rata-rata sebesar 20,59% dalam pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Dari hasil pengungkapan tersebut pengungkapan CSR tergolong rendah dalam pengungkapan CSRnya. Selain itu nilai CSRSD terendah dalam penelitian ini sebesar 0,01 pada perusahaan Ricky Putra Globalindo Tbk (RICY), dan nilai tertinggi yaitu sebesar 0,48 pada perusahaan Semen Indonesia Persero (SMGR).

Pada tabel 2 menunjukkan bahwa rata-rata ETR sebesar 0,2861 dengan standar deviasi sebesar 0,15008. Maka dari hasil tersebut menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan manufaktur memiliki nilai ETR sebesar 28% dimana hal tersebut cukup tinggi dan terindikasi tidak melakukan agresivitas pajak. Selain itu nilai ETR terendah dalam penelitian ini sebesar 0,06 yang terdapat pada perusahaan Akasha Wira International Tbk (ADES), dan nilai tertinggi yaitu sebesar 0,94 yang terdapat pada perusahaan Nusantara Inti Corpora Tbk (UNIT).

Pada tabel 2 menunjukkan bahwa rata-rata CINT sebesar 0,3470 dengan standar deviasi 0,17522. Maka besarnya rata-rata perusahaan untuk menginvestasikan asetnya dalam bentuk aset tetap sebesar 34,7%. Selain itu nilai CINT terendah yaitu sebesar 0,04 yang terdapat pada perusahaan Duta Pertiwi Nusantara (DPNS), dan nilai tertinggi yaitu sebesar 0,80 yang terdapat pada perusahaan Nusantara Inti Corpora (UNIT).

Pada tabel 2 menunjukkan bahwa rata-rata MTBR sebesar 4,0062 dengan standar deviasi 8,61313. Maka besarnya rata-rata tingkat pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang sebesar 4,0062%. Selain itu nilai MTBR terendah yaitu sebesar 0,09 yang terdapat pada perusahaan Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (AISA), dan nilai tertinggi yaitu sebesar 62,93 yang terdapat pada perusahaan Unilever Indonesia Tbk (UNVR).

Pada tabel 2 menunjukkan bahwa rata-rata ROA sebesar 0,13448 dengan standar deviasi 1,112079. Hasil ini menunjukkan bahwa rata-rata laba bersih yang didapatkan perusahaan sebesar 13,45% dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Selain itu nilai ROA terendah yaitu sebesar 0,004 yang terdapat pada perusahaan United Tractors Tbk (UNIT), dan nilai tertinggi yaitu sebesar 0,564 yang terdapat pada perusahaan Unilever Indonesia (UNVR).

Pada tabel 2 menunjukkan bahwa rata-rata SIZE sebesar 28,9740 dengan standar deviasi 1,64991. Hasil ini menunjukkan bahwa rata-rata total aset yang dimiliki perusahaan sebesar 28,9740%. Selain itu nilai SIZE terendah yaitu sebesar 25,27 yang terdapat pada perusahaan Duta Pertiwi Nusantara Tbk (DPNS) dengan jumlah aset sebesar Rp.296.129.560.576, dan nilai tertinggi yaitu sebesar 33,20 yang terdapat pada perusahaan Astra International Tbk (ASII) dengan jumlah aset sebesar Rp. 261.854.995.677.184.

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan pada penilaian model regresi OLS (Ordinary Least Square), didapatkan nilai signifikansi One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test menunjukkan nilai sebesar 0,620. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut layak digunakan dan dipakai untuk menganalisis pengaruh agresivitas pajak terhadap pengungkapan CSR dikarenakan nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi = 5%. Untuk hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3
Hasil Pengujian Hipotesis

Variabel	<i>Unstandardized Coefficients</i>		t	Sig.
	B	<i>Std. Error</i>		
(Constant)	-4,953	0,668	-7,410	0,000
ETR	-0,162	0,079	-2,062	0,041
1 CINT	0,071	0,055	1,279	0,203
MTBR	-0,111	0,036	-3,095	0,002
ROA	0,048	0,040	1,190	0,236
SIZE	0,142	0,020	7,222	0,000
<i>Adjusted R²</i>	0,294			
<i>F value</i>	14,922			
<i>P value</i>	0,000			
N	168			

a. Dependen Variabel: CSR

b. Note: *significant at the 0,05 levels, respectively *

Sumber: Data sekunder yang diolah menggunakan SPSS, 2017

Dapat disimpulkan pada table 3 dengan hasil uji maka dapat dijelaskan sebagai berikut, Untuk Uji Determinasi dalam penelitian ini dihasilkan nilai sebesar 0,294, maka hal tersebut dapat

disimpulkan bahwa hanya 29,4% variasi variabel independen dan variabel kontrol yang dapat menjelaskan hubungan terhadap variabel dependennya. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 70,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang terdapat di luar model penelitian ini.

Untuk Uji signifikansi simultan (Uji Statistik F) dapat disimpulkan bahwa hasil uji F sebesar 14,922 dengan Probabilitas sebesar 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen dan variabel kontrol dalam penelitian ini dapat mempengaruhi secara bersama-sama terhadap variabel dependennya. Hal tersebut dikarenakan nilai probabilitas dalam tabel lebih kecil dibandingkan dengan nilai 0,05.

Hasil uji regresi dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut. Hipotesis satu (H1) dapat dikatakan bahwa agresivitas pajak (ETR) berpengaruh positif terhadap CSR. Dalam penelitian ini agresivitas pajak diukur dengan menggunakan ETR (*Effective Tax Rate*). Dari hasil tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai beta dari ETR sebesar -0,162 dengan nilai t hitung sebesar -2,062 dan signifikansi sebesar 0,041. Bahwa hal tersebut menunjukkan variabel agresivitas pajak (ETR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR pada $\alpha = 5\%$. Hal ini dikarenakan tanda negatif pada koefisien variabel ETR menandakan perusahaan yang agresivitas pajak dan berhubungan positif antara agresivitas pajak dengan CSR. Maka dapat di jelaskan jika ETR yang rendah menunjukkan tingkat agresivitas pajak yang tinggi, sehingga dalam hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi agresivitas pajak maka akan semakin banyak pula perusahaan dalam pengungkapan CSR. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini mendukung hipotesis satu **(H1) Diterima**.

KESIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa hasil dari penelitian ini mengenai agresivitas pajak berhubungan positif terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2013-2016 adalah benar, dimana dalam hasil pengujian ini membuktikan bahwa pada nilai koefisien beta sebesar -0,162 dan signifikansi sebesar 0,041. Hal ini dikarenakan alat ukur untuk variabel independen menggunakan ETR, dimana tanda negatif pada koefisien ETR yang rendah menunjukkan perusahaan tersebut melakukan kegiatan agresivitas pajak, maka dapat dikatakan bahwa agresivitas pajak dengan CSR menandakan hubungan positif dan signifikan terhadap H1. Oleh karena itu hasil tersebut menunjukkan bahwa secara empiris perusahaan yang melakukan agresivitas pajak akan mengungkapkan informasi mengenai kegiatan CSR lebih besar dibandingkan perusahaan yang tidak melakukan kegiatan agresivitas pajak dengan maksud untuk mendapatkan legitimasi positif terhadap masyarakat. Hal tersebut juga sesuai dengan teori legitimasi dimana semakin besar melakukan tindakan atau aktifitas sosial bermasyarakat maka akan berpengaruh besar pandangan masyarakat terhadap perusahaan yang melakukan aktifitas atau kegiatan tersebut.

Terdapat beberapa keterbatasan dan kelemahan yang ditemukan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :Penelitian ini hanya menggunakan ETR (*Effective Tax Rates*) untuk mengukur seberapa besar suatu perusahaan itu terindifikasi melakukan kegiatan agresivitas pajak. Maka penelitian ini mungkin tidak dapat mempresentasikan sepenuhnya mengenai kasus agresivitas pajak. Adanya perbedaan penilaian dalam menganalisis dan mengidentifikasi pengungkapan CSR di laporan tahunan perusahaan dikarenakan terdapat subjektif pada masing-masing peneliti.

Terdapat beberapa saran yang dapat diajukan dalam hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: Untuk peneliti selanjutnya disarankan agar mencari alat ukur tambahan lain dalam mengukur agresivitas perusahaan yang mungkin akan lebih mengakuratkan penelitian-penelitian sebelumnya dalam mengukur agresivitas pajak seperti *cash effective tax rate* (CETR), *current effective tax rate* (CUETR), *boox tax difference* dan sebagainya. Untuk peneliti selanjutnya disarankan agar mengembangkan faktor-faktor tambahan lain yang dapat mempengaruhi CSR agar mendapatkan model penelitian yang lebih baik dan teliti dalam mengidentifikasi pengungkapan CSR. Bagi pemerintah khususnya Direktorat Jendral Pajak diharapkan untuk membuat suatu kebijakan baru yang lebih jelas bagi perusahaan-perusahaan yang terkelompok menjadi perusahaan agresivitas pajak maupun perusahaan yang tidak agresivitas pajak.

**REFERENSI**

- Aryudanto, Indra. (2016). "Analisis Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan non keuangan yang terdaftar di BEI periode 2014". *Skripsi*. Universitas Diponegoro Semarang
- Avi-Yonah, R. S. (2006). *Corporate Social Responsibility and Strategic Tax Behavior*. *SSRN Electronic Journal*, 30. <https://doi.org/10.2139/ssrn.94479>
- Badan Pusat Statistik, 2017, *Data Realisasi Penerimaan Negara 2007-2017*, Jakarta.
- Baskoro, Rizky Bayu Aji. (2015). "Analisis Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* : Untuk Menguji Teori Legitimas". *Skripsi*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang
- Bloomberg Official Site, Data Keuangan Perusahaan Manufaktur Indonesia. <http://www.bloomberg.com>. Diakses pada tanggal 9 juni 2017
- Bursa Efek Indonesia. (2017). Laporan Keuangan & Tahunan. www.idx.co.id Diakses pada hari Selasa, 25 April 2017 jam 20.45 WIB.
- Christensen, J. and Murphy, R. 2004, " *The Social Irresponsibility of Corporate Tax Avoidance: Taking CSR to The Bottom Line*". *Development*, Vol. 47 No. 3, pp.37-44
- Deegan, C. (2002), "*Introduction: The Legitimatizing Effect of Social and Environmental Disclosures A Theoretical Foundation*". *Accounting, Auditing & Accountability*, Vol. 15 No. 3, pp.282-311
- 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.
- Frank, M. M., Lynch, L. J., & Rego, S. O. (2009). Tax reporting aggressiveness and its relation to aggressive financial reporting. In *Accounting Review* (Vol. 84, pp. 467–496). <https://doi.org/10.2308/accr.2009.84.2.467>.
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM dan SPSS. In *aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss 19*. <https://doi.org/10.2307/1579941>
- Ghozali, I. dan A, Chariri. 2014. *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). *Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure*. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 8(2), 47–77. <https://doi.org/10.1108/09513579510146996>
- Gray, R., Owen, D. and Adams, C. (1996), "*Accounting and Accountability: Changes and Challenges in Corporate and Social Reporting*", Prentice Hall, London
- GRI. 2011. www.globalreporting.org/resource/library/G3.1-Guidelines-Incl-Technical-



Protocol.pdf. Diakses pada tanggal 28 April 2017 jam 08.30 WIB

- Gujarati, D. N. 2013. Dasar-dasar Ekonometrika, Edisi Kelima. Mangunsong, R. C., penerjemah. Jakarta: Salemba Empat.
- Guthrie, J. and Parker, L.D. (1989), "*Corporate Social Responsibility: A Rebuttal of Legitimacy Theory*". Accounting and Business Research, Vol.19 No. 76, pp 343-352
- Hackston, D. and Milne J. M. 1996. "Some Determinants of social and environmental disclosure in New Zealand Companies", Accounting, Auditing and Accountability Journal Vol. 18, No. 1, pp 77-108
- Harari, M., O. Sitbon, and R. Donyets. 2012. "*The Missing Billions: Aggressive Tax Planning and Corporate Social Responsibility in Israel*". www.google.co.id. Diakses 28 Mei 2017
- Hlaing, K. P.2012."Organizational Architecture of Multinationals and Tax Aggressiveness". [www. google.co.id](http://www.google.co.id). Diakses 28 Mei 2017
- Indonesia, Undang-Undang dasar 1945. Undang-Undang tentang pemungutan pajak. UU pasal 23A
- Indonesia. *Undang-Undang tentang Perseroan Terbatas*, UU No.40 LN No. 106 Tahun 2007, TLN No.4756
- Lanis, R., & Richardson, G. (2012). *Corporate social responsibility and tax aggressiveness: An empirical analysis. Journal of Accounting and Public Policy*, 31(1), 86–108. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2011.10.006>.
- Lanis, R., & Richardson, G. (2013). *Corporate social responsibility and tax aggressiveness: a test of legitimacy theory*, 26(1), 75–100. <https://doi.org/10.1108/09513571311285621>
- Nurkhin, Ahmad. 2009. "Corporate Governance dan Profitabilitas: Pengaruhnya terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan". *Skripsi*. Universitas Negeri Semarang
- Octaviana, Natasya Elma. 2014. "Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap Corporate Social Responsibility: Untuk Menguji Teori Legitimasi". *Skripsi*. Universitas Diponegoro Semarang
- Penman, Stephen H. *Financial Statement Analysis and Security Valuation*. 2013. McGraw Hill. New York
- Slemrod, Joel. (2004). The Economics of Corporate Tax Selfishness. National Tax Journal, National Tax Association, Vol. 57(4), Pages 877-99
- Suandy, Erly. 2011. *Perencanaan Pajak*. Edisi Kelima PT Salemba Empat. Jakarta
- Sujianto, Agus Eko. 2001. Analisis Variabel-Variabel Yang Mempengaruhi Struktur Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Go Public di Bursa Efek Jakarta. Jurnal Ekonomi dan Manajemen. Vol. 2. No.2.



- Susiloadi, P., & Negara, J. A. (2008). Implementasi Corporate Social Responsibility Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan Implementation Corporate Social Responsibility to Support Sustainability Development. *Spirit Publik*, 4(2), 123–130
- Titisari, KH, E. Suwardi, dan D. Setiawan. 2010. Corporate Social Responsibility (CSR) dan Kinerja Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XII*.
- Watson, L. 2012. "Corporate Social Responsibility, Tax Avoidance, and Tax Aggressiveness". *Social Science Research Network*.