

PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK DAN PROFITABILITAS PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

Agung Putri Rahmawati, Abdul Rohman¹

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

ABSTRACT

This study aims to examines the influence of corporate tax aggressiveness and profitability on corporate social resposibility disclosure (CSRD). Independent variabel used in this study are tax aggressiveness that measured using proxy of effective tax rates (ETR) and profitability that measured using proxy of return on asset (ROA). Dependent variable in this study is the corporate social responsibility disclosure (CSRD).

This study used three control variables, include size, capital intensity and leverage. This study replicated from Lanis and Richardson's research on (2013). This study used secondary data. The population consists of manufacture companies listed on Indonesia Stock Exchange during 2016. Sampling method used is purposive sampling. The samples were 79 companies. Analysis test using a model of ordinary least square regression analysis.

The results of this study show that corporate tax aggressiveness and profitability significantly and positively related to CSRD. This study showed that companies that have a high level of aggressiveness resulting company would disclose CSR greater than the firm that does not tax aggressiveness. This study also showed that companies that have a high level of profitability resulting company would disclose CSR greater than the firm that have a low level of profitability.

Keywords: corporate social responsibility disclosure, corporate tax aggressiveness, profitability.

PENDAHULUAN

Masyarakat sekarang ini semakin sadar akan dampak sosial yang disebabkan oleh perusahaan dalam melaksanakan kegiatannya dengan tujuan untuk mencapai keuntungan yang diperoleh secara maksimal. Sehingga, masyarakat menuntut bahwa perusahaan perlu memperhatikan dampak sosial yang disebabkan dan juga upaya menyelesaikannya. Menurut Istianingsih (2015), pengungkapan CSR perusahaan adalah sebuah konsep manajemen yang baru dimana transparansi informasi yang diungkapkan tidak hanya mengenai informasi keuangan perusahaan, tetapi perusahaan juga diharapkan untuk mengungkapkan informasi mengenai dampak sosial dan lingkungan sebagai hasil dari kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan.

CSR di Indonesia dalam pelaksanaannya berawal dari upaya untuk mengembangkan masyarakat di sekitar wilayah perusahaan beroperasi dan juga dalam jangkauan yang lebih luas lagi. Keberadaan perusahaan diharapkan tidak hanya bermanfaat untuk para pemegang saham (*shareholders*), tetapi juga diharapkan dapat bermanfaat untuk pemangku kepentingan (*stakeholders*) lainnya, khususnya masyarakat (Fakhrudin, Hasan & Mursitama, 2011).

Doly (2018) berpendapat bahwa perusahaan pada umumnya beranggapan bahwa mereka memiliki dua beban, yaitu beban pajak dan beban CSR, yang sama-sama digunakan untuk memberikan kesejahteraan kepada masyarakat. Perusahaan melakukan tindakan agresivitas pajak untuk meminimalkan beban yang harus dikeluarkan. Tindakan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut tentu tidak sesuai dengan harapan masyarakat, sehingga perusahaan berupaya menutupi tindakan tersebut dan diharapkan dapat mengubah pandangan negatif masyarakat dan memperoleh legitimasi dari masyarakat dengan cara melaksanakan CSR yang lebih besar terhadap masyarakat.

Sagala (2015) berpendapat bahwa tindakan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan sebagai upaya meminimalkan pembayaran pajak tidak sesuai dengan harapan dan pandangan masyarakat karena pajak yang seharusnya dibayarkan oleh perusahaan merupakan

¹ Corresponding author

komponen penting bagi masyarakat terkait dengan pendanaan barang publik seperti untuk kesehatan, infrastruktur, pendidikan, dan sebagainya. Pandangan yang diyakini masyarakat tersebut menyebabkan perusahaan melakukan upaya-upaya yang termasuk dalam kategori kegiatan agresivitas pajak dapat menimbulkan citra negatif dari masyarakat.

Upaya perusahaan yang telah dilakukan untuk memperoleh citra yang baik dari masyarakat dianggap perlu untuk ditunjukkan kepada publik yaitu dengan cara mengungkapkannya dalam laporan tahunan, bahwa perusahaan telah banyak melakukan aktivitas CSR. Perusahaan mengharapkan pengungkapan CSR tersebut dapat membantu perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari publik bahwa aktivitas yang dilakukan telah sesuai dengan ekspektasi masyarakat dan berusaha menunjukkan bahwa perusahaan telah melakukan kontribusi penting bagi masyarakat (Sagala, 2015).

Fakhrudin, Hasan & Mursitama (2011) berpendapat bahwa ada prinsip-prinsip penting dalam CSR. Pertama, program-program CSR harus mampu berjalan secara berkesinambungan dan berkelanjutan. Kedua, program CSR yang dilakukan merupakan aktivitas jangka panjang perusahaan. Ketiga, program CSR tersebut harus mempunyai pengaruh positif untuk masyarakat secara lingkungan, ekonomi, dan sosial. Keempat, dana yang digunakan untuk melaksanakan CSR tidak seharusnya diambil dari biaya perusahaan, tetapi diambil dari keuntungan atau dana investasi, sehingga tidak memberatkan konsumen.

Ada beberapa regulasi yang mengatur terkait dengan kewajiban perusahaan untuk mengimplementasikan CSR. Pertama, UU No. 25/2007 tentang Penanaman Modal. Perusahaan yang akan menanamkan modalnya di Indonesia harus berdasar pada asas berwawasan lingkungan tertuang pada Pasal 3 Ayat 1 Poin h. Pasal 15 Poin b juga menuliskan bahwa korporasi asing maupun domestik yang menanamkan modalnya di Indonesia berkewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Kedua, UU No. 40/2007 tentang Perseroan Terbatas (PT). Dalam Bab V Pasal 74 telah menentukan secara khusus bahwa perusahaan yang berbentuk PT dianjurkan untuk melaksanakan kegiatan CSR. Ketentuan tersebut juga dilengkapi dengan anjuran untuk PT tersebut di dalam laporan tahunannya juga menyertakan laporan tanggung jawab sosial perusahaan (Fakhrudin, Hasan & Mursitama, 2011).

Singhvi & Desai (1971) dalam Muttakin *et al.* (2015) menyatakan bahwa profitabilitas yang lebih tinggi dapat memotivasi manajemen untuk mengungkapkan informasi secara lebih besar sebagai sinyal dari posisi keuangan secara keseluruhan dari perusahaan tersebut. Perusahaan dengan profitabilitas yang lebih tinggi akan termotivasi untuk mengungkapkan informasi tersebut sebagai sebuah keuntungan dan sebagai upaya dalam membedakan dirinya dengan perusahaan lain (Verrecchia, 1983; Dye, 1985 dalam Muttakin *et al.*, 2015). Muttakin *et al.* (2015) berpendapat bahwa ketika perusahaan sedang dalam kondisi kinerja keuntungan yang baik, perusahaan akan memberikan sinyal terkait kualitas mereka kepada investor dengan menyediakan pengungkapan CSR secara lebih besar.

Lang & Lundholm (1993) dalam Muttakin *et al.* (2015) melihat faktor-faktor penentu dalam pengungkapan CSR yang dilakukan dan menemukan bahwa tingkat pengungkapan akan dilakukan secara lebih tinggi oleh perusahaan-perusahaan yang sedang memiliki kinerja yang baik. Hubungan positif yang terjadi antara pengungkapan tersebut dan profitabilitas telah dikonfirmasi dalam penelitian-penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Haniffa & Cooke (2002) dan Wang *et al.* (2008) (Muttakin *et al.*, 2015).

Istianingsih (2015) berpendapat bahwa salah satu tujuan pengungkapan CSR yaitu adalah untuk memberikan sinyal kepada investor tentang kemampuan perusahaan. Profitabilitas adalah suatu hal yang memang seharusnya mendapatkan perhatian penting karena perusahaan untuk dapat melangsungkan hidupnya harus berada dalam keadaan yang menguntungkan (*profitable*). Anggraini (2006) dalam Kurnianingsih (2013) menyatakan bahwa keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dapat terlihat dari rasio profitabilitas perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang baik, tentunya akan mendapatkan tekanan dari pihak eksternal untuk melakukan CSR secara lebih besar (Hackston & Milne, 1996 dalam Kurnianingsih, 2013).

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap Pwngungkapan *Corporate Social Responsibility*

Dilihat dari sudut pandang CSR, perusahaan memiliki kewajiban untuk menyesuaikan diri dengan etika dan tuntutan sosial dari masyarakat. Pengungkapan CSR digunakan sebagai ukuran untuk mengklaim legitimasi sebuah organisasi (Preuss, 2010; Bird & Davis-Nozemack, 2016 dalam Kiesewetter & Manthey, 2017).

Gray *et al.* (2015) dalam Lanis & Richardson (2013) menyatakan bahwa para pendukung teori legitimasi berpendapat untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya, sebuah perusahaan melalui manajemennya menyediakan informasi CSR atau dengan kata lain, melakukan pengungkapan CSR sebagai salah satu cara berdialog dengan masyarakat. Hipotesis ini didukung oleh teori legitimasi yang menunjukkan bahwa perusahaan yang diindikasikan melakukan tindakan agresivitas pajak akan mengungkapkan informasi tambahan terkait kegiatan CSR sebagai upaya untuk mengurangi perhatian publik, dan menunjukkan bahwa perusahaan telah memenuhi kewajibannya kepada masyarakat (Deegan *et al.*, 2002 dalam Lanis & Richardson, 2013).

Lanis & Richardson (2013) menyatakan bahwa sejumlah studi akuntansi telah secara empiris menguji hubungan antara pengungkapan CSR dan perhatian masyarakat yang timbul sebagai akibat dari perilaku perusahaan yang dianggap tidak sesuai dengan harapan masyarakat, seperti yang diasumsikan oleh teori legitimasi. Sejumlah studi tersebut menghasilkan hasil yang tidak konsisten. Sedangkan, dalam penelitian Lanis & Richardson (2013) menghasilkan adanya hubungan positif dan secara statistik signifikan antara agresivitas pajak dan pengungkapan CSR, sehingga teori legitimasi dapat dikonfirmasi terkait konteks agresivitas pajak perusahaan. Berdasarkan pertimbangan tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengaruh Profitabilitas Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

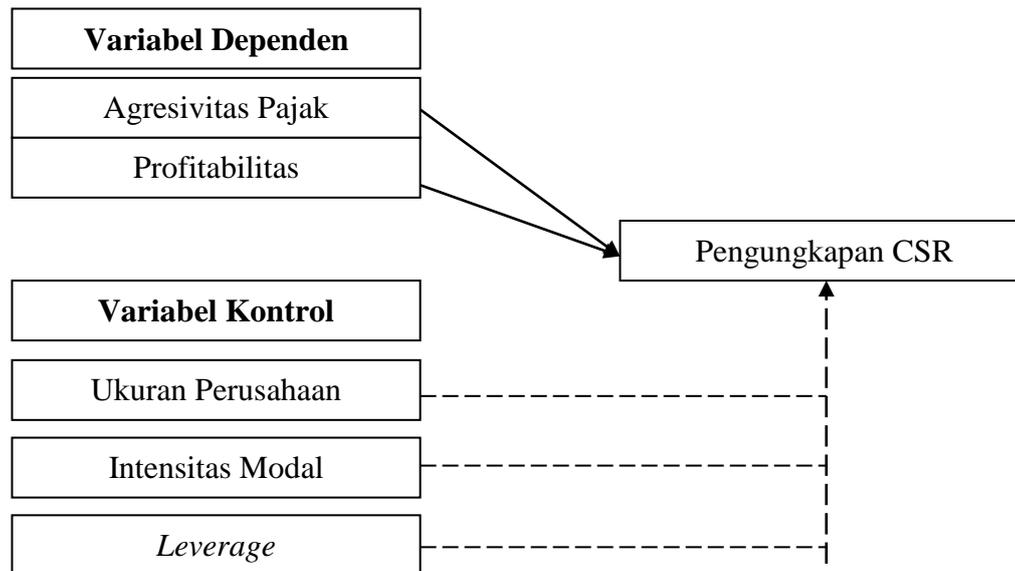
CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab perusahaan kepada para *stakeholder* untuk berperilaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (Joseph, 2007 dalam Istianingsih, 2015). Oleh karena itu, menurut Istianingsih (2015) perusahaan akan melakukan pengungkapan sosial dalam rangka membangun citra perusahaan dan mengurangi asimetri informasi yang terjadi.

Profitabilitas dapat memotivasi manajemen untuk mengungkapkan informasi secara lebih besar sebagai sinyal dari posisi keuangan secara keseluruhan dari perusahaan tersebut (Singhvi & Desai, 1971 dalam Muttakin *et al.*, 2015). Perusahaan dengan profitabilitas yang lebih tinggi akan termotivasi untuk mengungkapkan informasi tersebut sebagai sebuah keuntungan dan sebagai upaya dalam membedakan dirinya dengan perusahaan lain (Verrecchia, 1983; Dye, 1985 dalam Muttakin *et al.*, 2015). Muttakin *et al.* (2015) berpendapat bahwa ketika perusahaan sedang dalam kondisi kinerja keuntungan yang baik, perusahaan akan memberikan sinyal terkait kualitas mereka kepada investor dengan menyediakan pengungkapan sukarela secara lebih besar melalui CSR. Lang & Lundholm (1993) dalam Muttakin *et al.* (2015) melihat faktor-faktor penentu dalam pengungkapan CSR yang dilakukan dan menemukan bahwa tingkat pengungkapan akan dilakukan secara lebih tinggi oleh perusahaan-perusahaan yang sedang memiliki kinerja yang baik.

Hipotesis ini didukung oleh teori *signaling* karena perusahaan berasumsi bahwa mereka perlu memberikan sinyal kepada para pemangku kepentingan pada saat perusahaan sedang dalam keadaan yang baik dan *profitable*. Lang & Lundholm (1993) dalam Muttakin *et al.* (2015) melihat faktor-faktor penentu dalam pengungkapan CSR yang dilakukan dan menemukan bahwa tingkat pengungkapan akan dilakukan secara lebih tinggi oleh perusahaan-perusahaan yang sedang memiliki kinerja yang baik. Hubungan positif yang terjadi antara pengungkapan CSR dan profitabilitas telah dikonfirmasi dalam penelitian-penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Haniffa & Cooke (2002) dan Wang *et al.* (2008) (Muttakin *et al.*, 2015). Berdasarkan pertimbangan diatas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat digambarkan dengan model penelitian sebagai berikut:



Variabel Penelitian

Dalam penelitian menggunakan tiga variabel yaitu variabel independen, dependen dan kontrol. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu agresivitas pajak dan profitabilitas perusahaan. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu pengungkapan CSR. Variabel control dalam penelitian ini yaitu ukuran perusahaan (SIZE), *capital intensity* (CAPIN), dan *leverage* (LEV).

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini populasi dan sampel menggunakan data dari beberapa perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016. Alasan dalam memilih periode dan perusahaan manufaktur tersebut yaitu karena jumlah perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia memiliki jumlah yang paling banyak, sehingga dengan jumlah perusahaan yang ada tersebut peneliti mengharapkan hasil dari penelitian ini mampu mewakili dan mencerminkan keadaan yang sesungguhnya. Dalam pengambilan sampelnya penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, dimana *purposive sampling* adalah pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan yang dilakukan oleh peneliti berdasarkan beberapa kriteria yang telah ditetapkan sehingga dapat diperoleh sampel yang representatif. Kriteria-kriteria dalam pengambilan sampel penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan merupakan perusahaan manufaktur dan mempublikasikan laporan tahunan pada tahun 2016.
Penelitian ini dilakukan pada tahun 2017, sehingga data laporan tahunan perusahaan manufaktur yang tersedia di Bursa Efek Indonesia hanya sampai tahun 2016 saja.
2. Perusahaan dalam laporan keuangannya menggunakan satuan mata uang Rupiah.
Penelitian ini dilakukan di Indonesia, sehingga agar tidak terpengaruh terhadap naik atau turunnya nilai tukar rupiah, satuan mata uang yang digunakan perusahaan dalam laporan keuangannya harus dalam Rupiah.
3. Perusahaan tidak mengalami kerugian pada periode tersebut.
Penelitian ini memiliki variabel yang pengukurannya dilakukan menggunakan ETR, yang apabila perusahaan tersebut mengalami kerugian, maka dapat menyebabkan nilai ETR perusahaan tersebut menjadi negatif. Hal tersebut tentu saja akan menyulitkan perhitungan dan mampu menyebabkan hasil penelitian yang dilakukan menjadi kurang akurat.

4. Perusahaan tidak memiliki perhitungan ETR yang negatif pada periode tersebut. Nilai ETR perusahaan yang negatif akan menyulitkan perhitungan dan mampu menyebabkan hasil penelitian yang dilakukan menjadi kurang akurat.
5. Perusahaan menyertakan laporan CSR dalam laporan tahunannya. CSR merupakan salah satu variabel yang digunakan dalam penelitian ini, sehingga peneliti memerlukan data terkait laporan CSR perusahaan manufaktur yang dijadikan sampel dalam penelitian ini.

Metode Analisis

Hipotesis merupakan pernyataan yang mengacu pada populasi. Data kemudian digunakan untuk memeriksa kelayakan dari suatu pernyataan. Maka uji hipotesis adalah suatu prosedur yang berdasarkan pada bukti sampel dan teori probabilitas untuk menentukan apakah suatu hipotesis merupakan pernyataan yang tepat.

Analisis regresi OLS (*Ordinary Least Square*) digunakan untuk mengetahui pengaruh utama dan pengaruh interaksi pada variabel independen kategorikal dan variabel dependen metrik. Pengaruh utama atau main effect adalah pengaruh langsung variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan pengaruh interaksi adalah pengaruh bersama atau join effect dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016).

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi OLS. Persamaan regresi OLS untuk uji hipotesis penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$CSRDi = \alpha_0 + \beta_1 ETR + \beta_2 ROA + \beta_3 CAPIN + \beta_4 SIZE + \beta_5 LEV + \varepsilon$$

Keterangan:

CSRDi	= Pengungkapan item CSR perusahaan
α	= Konstanta
β	= Koefisien regresi
ETR	= Agresivitas pajak perusahaan
ROA	= Profitabilitas perusahaan
CAPIN	= Intensitas modal perusahaan
SIZE	= Ukuran perusahaan
LEV	= <i>Leverage</i>
ε	= <i>error</i>

Dalam statistik di atas suatu hipotesis dapat diterima jika tingkat signifikansi 5%, dan jika tingkat signifikansi dari hasil analisis kurang dari 0,05 maka hipotesis diterima. Teori legitimasi mengemukakan bahwa pengungkapan sukarela dilakukan sebagai sarana bagi suatu organisasi untuk melegitimasi keberadaan dan kegiatan dari organisasi tersebut (Lindblom, 1994 dalam Muttakin *et al.*, 2015).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada sub bab ini, akan menjelaskan tentang hasil dari analisis data penelitian yang terdiri dari beberapa bagian. Bagian pertama, akan menjelaskan mengenai hasil dari uji statistik deskriptif. Bagian selanjutnya, yaitu pembahasan mengenai uji asumsi klasik. Bagian terakhir, akan menjelaskan mengenai uji hipotesis dan analisis regresi OLS yang digunakan sebagai model utama untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini.

Statistik Deskriptif Penelitian

Analisis statistik deskriptif memberikan gambaran (deskripsi) atas data penelitian yang dapat menunjukkan nilai rata-rata (*mean*), nilai maksimum, minimum dan standar deviasi (Ghozali, 2016). Statistik deskriptif atas penelitian ini disajikan pada tabel 4.2 sebagai berikut.

Tabel 1
Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

	N	Nilai Minimum	Nilai Maksimum	Mean	Standar Deviasi
CSR	79	,02	,34	,1547	,05726
ETR	79	-,11	1,00	,9444	,12871
ROA	79	,00	,58	,1130	,10713
CAPIN	79	,12	,81	,4443	,17128
SIZE	79	25,25	33,20	28,4215	1,59590
LEV	79	,00	1,08	,1252	,14690
Valid N (listwise)	79				

Sumber : Output SPSS, data sekunder yang diolah, 2018

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen memiliki distribusi yang normal atau tidak. Untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2016).

Tabel 2
Hasil Uji Normalitas Data

	Unstandardized Residual
N	79
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200

Sumber: Output SPSS, data sekunder yang diolah, 2018

Analisis grafik dianjurkan untuk dilengkapi dengan uji statistik agar hasil yang didapatkan bisa lebih tepat. Salah satu uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *One-Sample Kolmogorov Smirnov Test*. Normalitas data pada uji ini dapat terpenuhi apabila nilai Asymp. Sig (2-tailed) lebih besar dari $\alpha = 0,05$ (Ghozali, 2016).

Berdasarkan tabel 2 terlihat bahwa hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* memiliki nilai Asymp Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,200. Uji non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* ini memperkuat hasil uji grafik sebelumnya yang menyatakan bahwa data terdistribusi secara normal, sehingga penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas memiliki tujuan untuk mengetahui apakah di dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (bebas) atau tidak. Model regresi dianggap baik apabila antar variabel independennya tidak terdapat korelasi. Hasil dari uji multikolonieritas ditunjukkan pada tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3
Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
ETR	,964	1,037
ROA	,857	1,167
CAPIN	,837	1,195
SIZE	,871	1,148
LEV	,960	1,041

Sumber: Output SPSS, data sekunder yang diolah, 2018

Dilihat dari tabel 4.4 dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* menunjukkan tidak ada variabel yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,10. Hasil perhitungan *Variance Inflation Factor* (VIF) juga menunjukkan hal yang sama, bahwa semua variabel tidak memiliki nilai VIF yang lebih dari 10, jadi dapat disimpulkan bahwa tidak adanya multikolonieritas dalam model regresi.

Uji Hipotesis

Bagian ini menjelaskan hasil dari uji statistik sebagai jawaban apakah hipotesis pada penelitian ini didukung atau ditolak. Uji hiopotesis terdiri dari uji statistik F yang merupakan uji regresi linier berganda secara keseluruhan, uji statistik t yang menjelaskan hipotesis didukung atau ditolak dan uji koefisien determinasi.

Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F digunakan untuk menunjukkan apakah seluruh variabel independen dalam model yang digunakan dalam penelitian secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2016). Uji statistik F dalam penelitian ini dilakukan dengan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$).

Tabel 4
Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	,108	5	,022	10,741	,000 ^b
Residual	,147	73	,002		
Total	,256	78			

a. Dependent Variable: CSRD

b. Predictors: (Constant), LEV, Cos_ETR, SIZE, ROA, CAPIN

Sumber: Output SPSS, data sekunder yang diolah, 2018

Tabel 4 memperlihatkan bahwa model regresi memiliki nilai F sebesar 10,741 dengan tingkat signifikansi 0,000. Berdasarkan analisis tersebut, maka H_a diterima karena tingkat signifikansi dalam tabel lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu agresivitas pajak (ETR) dan profitabilitas perusahaan (ROA) serta ketiga variabel kontrol (*capital intensity*, *size* dan *leverage*) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu pengungkapan *corporate social responsibility* (CSRD).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Ghozali (2016) berpendapat bahwa koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh variasi variabel dapat diterangkan dalam model penelitian. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen terbatas. Nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel-variabel independen dapat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Tabel 5
Hasil Uji Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,651 ^a	,424	,384	,04492

a. Predictors: (Constant), LEV, Cos_ETR, SIZE, ROA, CAPIN

b. Dependent Variable: CSRD
 Sumber: Output SPSS, data sekunder yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat hasil *adjusted R square* sebesar 0,384. Hal tersebut menunjukkan bahwa 38,4% variasi variabel independen yaitu agresivitas pajak dan profitabilitas perusahaan serta ketiga variabel kontrol dapat menjelaskan variasi variabel dependen yaitu pengungkapan CSR. 61,6% sisanya menunjukkan bahwa penjelasan lainnya terdapat pada variabel-variabel lain di luar model penelitian ini.

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Ghozali (2016) berpendapat bahwa uji statistik t bertujuan untuk melihat seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Kriteria untuk menentukan bahwa hipotesis didukung atau ditolak dalam uji statistik t ini adalah dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima, yang berarti bahwa seluruh variabel independen secara bersama-sama dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima atau H_a ditolak, yang berarti bahwa seluruh variabel independen dalam model tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel independen.

Tabel 6
Hasil Uji Statistik t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,359	,098		-3,662	,000
Cos_ETR	,094	,040	,211	2,336	,022
ROA	,183	,051	,342	3,558	,001
CAPIN	,070	,032	,210	2,164	,034
SIZE	,013	,003	,364	3,829	,000
LEV	,008	,035	,022	,239	,812

a. Dependent Variable: CSRD
 Sumber: Output SPSS, data sekunder yang diolah, 2018

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 7
Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

	Hipotesis	Prediksi	Hasil	Kesimpulan
H1	Agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>	Positif	Signifikan positif	Diterima
H2	Profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>	Positif	Signifikan positif	Diterima

Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap Pengungkapan CSR

Hipotesis satu menyatakan bahwa agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Variabel agresivitas pajak dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan ETR dan berdasarkan hasil olah data yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa hipotesis satu (H1) didukung. Dilihat dari tabel 4.7 bahwa ETR memiliki nilai beta sebesar 0,094 dengan nilai t hitung sebesar 2,336 dan signifikansi sebesar 0,022. Tingkat signifikansi yang kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan. Hipotesis ini didukung oleh teori legitimasi yang menunjukkan bahwa perusahaan yang diindikasikan melakukan tindakan agresivitas pajak akan mengungkapkan informasi tambahan terkait kegiatan CSR sebagai upaya untuk mengurangi perhatian publik, dan menunjukkan bahwa perusahaan telah memenuhi kewajibannya kepada masyarakat (Deegan *et al.*, 2002 dalam Lanis & Richardson, 2013).

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson (2013) yang menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara agresivitas pajak dengan pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Lanis & Richardson (2013) berpendapat bahwa agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan akan dianggap oleh masyarakat sebagai sebuah kegiatan sosial yang tidak sah dan tidak bertanggung jawab. Pandangan tersebut menyebabkan kegiatan agresivitas pajak tersebut akan menjadi perhatian masyarakat, yang pada akhirnya kegiatan agresivitas pajak tersebut dapat menghilangkan legitimasi yang ada pada perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR

Hipotesis dua menyatakan bahwa profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Variabel profitabilitas dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan ROA dan berdasarkan hasil olah data yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa hipotesis dua (H2) didukung. Dilihat dari tabel 4.7 menunjukkan bahwa profitabilitas (ROA) memiliki nilai beta sebesar 0,183 dengan nilai t hitung sebesar 3,558 dan signifikansi sebesar 0,001. Tingkat signifikansi yang kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan.

Hipotesis ini didukung oleh teori *signaling* karena perusahaan berasumsi bahwa mereka perlu memberikan sinyal kepada para pemangku kepentingan pada saat perusahaan sedang dalam keadaan yang baik dan *profitable*. Lang & Lundholm (1993) dalam Muttakin *et al.* (2015) melihat faktor-faktor penentu dalam pengungkapan CSR yang dilakukan dan menemukan bahwa tingkat pengungkapan akan dilakukan secara lebih tinggi oleh perusahaan-perusahaan yang sedang memiliki kinerja yang baik. Hubungan positif yang terjadi antara pengungkapan CSR dan profitabilitas telah dikonfirmasi dalam penelitian-penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Haniffa & Cooke (2002) dan Wang *et al.* (2008) (Muttakin *et al.*, 2015). Muttakin *et al.* (2015) berpendapat bahwa ketika perusahaan sedang dalam kondisi kinerja keuntungan yang baik, perusahaan akan memberikan sinyal terkait kualitas mereka kepada investor dengan menyediakan pengungkapan sukarela secara lebih besar melalui CSR.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh agresivitas pajak dan profitabilitas perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 79 perusahaan dengan penggunaan metode *purposive sampling* untuk proses pemilihan sampel penelitian. Berdasarkan hasil analisis regresi, dapat diketahui bahwa agresivitas pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hasil tersebut mendukung hipotesis pertama yang menyatakan bahwa agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki agresivitas pajak yang tinggi akan cenderung mengungkapkan informasi CSR lebih besar untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat.

Berdasarkan hasil analisis regresi juga, dapat diketahui bahwa profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hasil tersebut mendukung hipotesis kedua

yang menyatakan bahwa profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Pengaruh positif yang ditemukan dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi akan mengungkapkan informasi terkait CSR lebih besar. Hal tersebut dilakukan oleh perusahaan untuk menunjukkan bahwa perusahaan sedang dalam keadaan yang baik (*profitable*).

Hasil dari variabel kontrol yaitu *capital intensity* dan *size* menunjukkan bahwa kedua variabel kontrol tersebut berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Variabel kontrol lainnya yaitu *leverage* menunjukkan hasil yang berbeda, yaitu *leverage* dianggap tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hal tersebut menunjukkan bahwa keputusan yang diambil perusahaan dalam melakukan pengungkapan CSR dalam laporan tahunan dipengaruhi oleh *capital intensity* dan *size*, namun tidak dipengaruhi oleh *leverage*.

Keterbatasan Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian, terdapat beberapa kelemahan dan keterbatasan yang dihadapi peneliti, antara lain:

1. Penelitian ini hanya melakukan pengukuran dengan menggunakan data dalam laporan tahunan dan tidak mempertimbangkan faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi diluar data laporan tahunan.
2. Penelitian ini belum menambahkan variabel-variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).
3. Penelitian ini memiliki perbedaan penilaian dalam menganalisis dan mengidentifikasi item pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan karena terdapat unsur subjektivitas pada masing-masing peneliti.

Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian di atas, saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk dapat menambah sampel perusahaan dan menggabungkan lebih banyak negara yang diteliti.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel independen lain yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR.
3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk tetap mengikuti perkembangan terbaru indeks yang digunakan dalam mengukur variabel *corporate social responsibility* (CSR).

REFERENSI

- Ghozali, I. (2016). Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Istianingsih. (2015). Impact of Firm Characteristics on Csr Disclosure: Evidence From Indonesia. *Ijaber*, 13(6), 4265–4281.
- Kiesewetter, D., & Manthey, J. (2017). Corporate Governance : The International Journal of Business in Society Article information : *The International Journal of Business in Society*, 16(2), 1–40.
- Kurnianingsih, H. T. (2013). Pengaruh Profitabilitas dan Size Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 13(1), 1–14.
- Lanis, R., & Richardson, G. (2013). Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: A Test of Legitimacy Theory. *Social and Environmental Accountability Journal*, 35(3), 198–200.
- Mursitama, Tirta N., Hasan, M. Fadhil, & Fakhrudin, Iman Y. (2011). *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia, Teori dan Implementasi: Studi Kasus *Community Development* Riaupulp.



- Muttakin, M. B., Khan, A., & Subramaniam, Na. (2015). Article information: "Firm characteristics, board diversity and corporate social responsibility. *Pacific Accounting Review*, 27(3), 353–372.
- Ratmono, D., & Sagala, W. M. (2015). Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Sarana Legitimasi: Dampaknya Terhadap Tingkat Agresivitas Pajak. *Jurnal Nominal*, IV, 16–30.
- Rini, D. M., Handajani, L., & Sasanti, E. E. (2015). Agresivitas Pajak pada Perusahaan Publik Indonesia yang Melakukan Pengungkapan Corporate Social Responsibility.
- Susanto, A. B., (2002). *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility*.