

PENGARUH LINGKUP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK (Studi Empiris pada Perusahaan Non Keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018)

Wuri Ismail, Herry Laksito ¹

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

ABSTRACT

This study aims to investigate the relationship between dimensions of corporate social responsibility and tax aggressiveness. The independent variables in this research are environmental dimension of CSR, social dimension of CSR and governance dimension of CSR. While the dependent variable used in this study is tax aggressiveness.

This study uses secondary data from the financial information provided on Bloomberg database of companies listed on the Indonesian Stock Exchange. Seventy-eight samples were selected using the purposive sampling method in non-financial industry, which published its financial statements during the years 2016 to 2018. Multiple regression analysis is the test used to analyze the relationship environmental dimension of CSR, social dimension of CSR, and governance dimension of CSR on tax aggressiveness.

The result of this research shows that second hypothesis with variable social dimension of CSR was accepted. Social dimension of CSR has negative significant influence on tax aggressiveness. Meanwhile first and third hypothesis with variable governance dimension of CSR and environmental dimension of CSR was rejected because it has the opposite direction with result. Governance dimension of CSR have negative significant influence on tax aggressiveness and environmental dimension of CSR positive significant influence on tax aggressiveness.

Keywords: corporate social responsibility (CSR), environmental dimension of CSR, social dimension of CSR, governance dimension of CSR, tax aggressiveness

PENDAHULUAN

Pendapatan suatu negara bersumber dari sektor yang berbagai macam, salah satu sektor pendapatan negara berasal dari pajak. Pendapatan negara Indonesia yang bersumber dari pajak sekitar 78% dari keseluruhan pendapatan negara (Kementrian Keuangan, 2019). Pajak di Indonesia diatur di dalam Undang-Undang No. 28 tahun. 2007 tentang Ketentuan Umum Tata Cara Perpajakan di dalam Undang-Undang tersebut menyatakan bahwa sifat pajak adalah memaksa yang berdasarkan Undang-Undang dengan tidak memperoleh imbalan dan digunakan untuk kemakmuran rakyat yang sebesar-besarnya. Menurut Kurniasih dan Maria (2013) mereka berpendapat untuk perusahaan pajak dianggap sebagai beban karena pajak akan mengurangi laba perusahaan. maka dari itu perusahaan akan melaksanakan strategi untuk mengurangi beban pajak perusahaan. Salah satu cara yang digunakan untuk mengurangi laba perusahaan dapat dilaksanakan dengan menggunakan agresivitas pajak. Sagala (2015) mengatakan perusahaan yang peduli terhadap pentingnya CSR akan sadar pentingnya pajak bagi masyarakat dan negara dimana pajak memberikan kontribusi besar bagi pendapatan negara.

Di Indonesia CSR diatur di dalam Undang-Undang No.40 tahun 2007 mengenai tanggungjawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas. Dalam undang-undang ini diatur

¹ Corresponding author

mengenai tanggungjawab sosial dan lingkungan bertujuan mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi perseroan itu sendiri, komunitas setempat, dan masyarakat umumnya. Ketentuan ini dimaksudkan untuk mendukung terjadinya hubungan perseroan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma dan budaya masyarakat setempat maka ditentukan bahwa perseroan yang kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumberdaya alam wajib melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan. Dan juga di atur di dalam Undang-Undang No.25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal wajib melakukan CSR, jika badan usaha tersebut melanggar maka dikenai sanksi administratif selain itu dapat juga dikenai sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

sebagian besar telah menggunakan pengukuran secara keseluruhan (*agregat*) (Johnson dan Greening, 1999). Hoi *et al*, (2013) dan Huseynov dan Klamm. (2012) menyatakan penelitian yang menggunakan CSR secara *agregat* masih kurang meyakinkan. Karena pengukuran secara keseluruhan (*agregat*) dapat mengakibatkan pengaruh dari masing lingkup CSR, yang mana tidak sama atau tidak relevan (Johnson dan Greening, 1999). Hilman dan Keim, (2001) dan Rehbein *et al*, (2004) memberikan saran untuk menggunakan lingkup CSR secara terpisah. Beberapa peneliti terdahulu yang meneliti CSR dan agresivitas pajak secara terpisah, penelitian mengenai hubungan keduanya memperlihatkan hasil yang bertentangan, misalnya seperti penelitian yang di lakukan Hanlon dan Hietzman, (2010), Landy *et al*, (2013), Lanis dan Richardson, (2015).

Dari penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang inkonsisten. Peneliti dalam penelitian ini untuk mencoba kembali melakukan penelitian mengenai bagaimana CSR dalam lingkup mempengaruhi agresivitas pajak, yang mana dalam penelitian ini akan meneliti tentang lingkup CSR yang yang memungkinkan untuk memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak. Lingkup tersebut adalah lingkup lingkungan, lingkup sosial dan lingkup tata kelola. Untuk mengukur variabel dependen agresivitas pajak menggunakan pengukuran *earning tax ratio* (ETR).

Sedangkan untuk CSR lingkup lingkungan, lingkup sosial, dan lingkup tata kelola diukur dengan ESG. Penelitian ini menggunakan ESG sebagai pengukuran CSR karena ESG memberikan pengungkapan resiko dan keuntungan mengenai keadaan lingkungan dan sosial di masa sekarang dan di masa depan. Mengingat perusahaan memberikan dampak dan bergantung kepada lingkungan dan masyarakat sekitar, yang mana akan berpotensi menyebabkan dampak finansial bagi perusahaan secara langsung maupun tidak langsung (Hassel dan Semenova, 2013). Sehubungan dengan itu Freeman *et al*, (2010) berpendapat bahwa ESG merupakan perpaduan antara dua konsep yaitu *corporate responsibility* (CR) dan *sustainable and responsible investment* (SRI). Penelitian ini menggunakan ESG yang bersumber dari *Bloomberg ESG database* karena *Bloomberg ESG database* mengukur perusahaan tidak hanya dari kinerja keuangan, *Bloomberg ESG database* mengukur perusahaan dengan kinerja mengenai sdm yang ada di dalam perusahaan, green investment yang di lakukan perusahaan, kebijakan mengenai perubahan iklim maupun kebijakan mengenai keanekaragaman hayati yang mana hal tersebut bertujuan untuk *going concern* suatu perusahaan yang mana investor menginginkan perusahaan yang melakukan bisnis yang berkelanjutan.

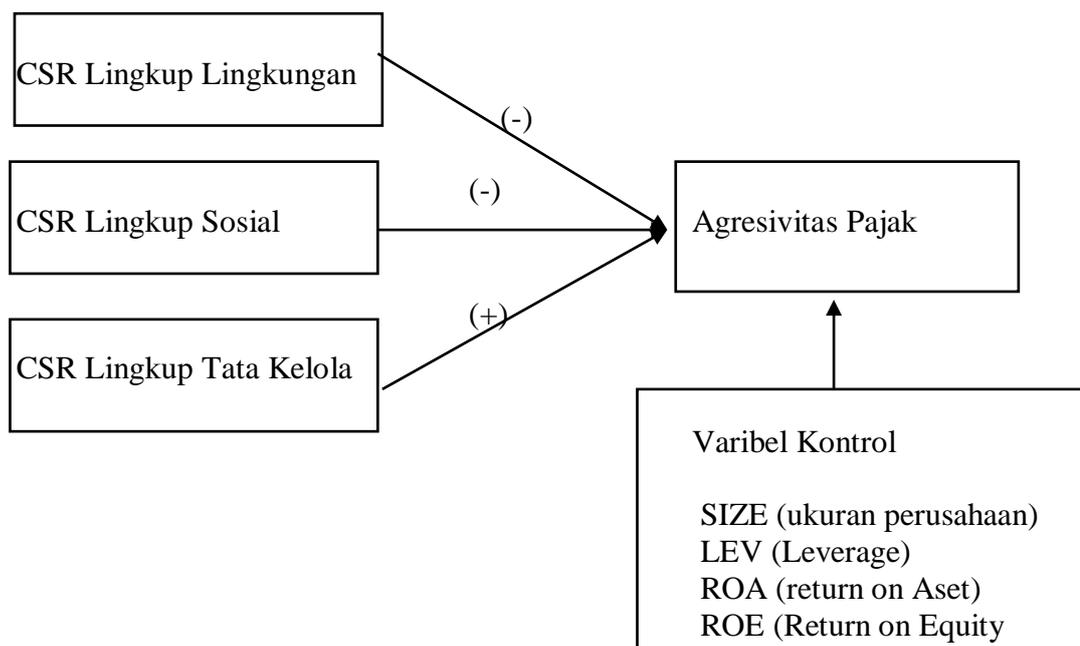
Penelitian ini akan menggunakan sampel perusahaan non keuangan yang terdaftar di dalam Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan non keuangan karena perusahaan non keuangan dianggap lebih menggambarkan keseluruhan perusahaan yang ada di Indonesia. Perusahaan non keuangan menerapkan aturan perpajakan yang relatif mendekati atau sama dengan pemerintah (Lanis dan Richardson, 2012).

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Teori legitimasi merupakan suatu tindakan perusahaan yang bisa diterima atau sesuai dengan nilai, norma, dan keyakinan yang dilakukan secara sosial di dalam masyarakat (Suchman, 1995). Gray *et al*, (1995) Menyatakan perusahaan akan berusaha untuk membangun dan memelihara hubungan dengan lingkungan sosial dan politik dimana perusahaan tersebut melakukan operasi perusahaan. Perusahaan melakukan hal tersebut untuk mendapatkan legitimasi sehingga perusahaan dapat berjalan hidup terus terlepas dari kinerja finansial perusahaan tersebut. Degaan *et al*. (2002) berpendapat bahwa perusahaan dapat memperoleh legitimasi dapat dilakukan ketika terjadi kesesuaian antara keberadaan perusahaan dengan keberadaan sistem nilai yang ada di dalam masyarakat dan lingkungan, ketika ketidaksesuaian terjadi maka legitimasi perusahaan bisa terancam.

Teori agensi menurut Jensen dan Meckling. (1976) berpendapat bahwa teori agensi adalah teori tentang konflik antara pemegang saham (*principal*) dan direksi atau manajemen (*agen*) yang dikarenakan adanya konflik kepentingan. Konflik tersebut terjadi disebabkan direksi cenderung untuk mementingkan kepentingan sendiri dan mengesampingkan kepentingan pemegang saham. Konflik tersebut disebut sebagai masalah keagenan. Masalah keagenan ini menyebabkan timbulnya biaya agensi. Maka dari itu Pemegang saham (*principal*) mempekerjakan dewan komisaris sebagai pengawas kinerja direksi (*agen*) untuk mengawasi dan mengendalikan perilaku yang dilakukan direksi serta memastikan bahwa pekerjaan yang dilakukan direksi bertujuan untuk kepentingan pemegang saham. Sehubungan dengan yang diungkapkan oleh Friedman (1970) bahwa keterkaitan perusahaan dalam melakukan kegiatan CSR dapat mengindikasikan masalah keagenan antara *principal* dan *agen*. Mc Williams dan Siegel. (2001) berpendapat bahwa pemegang saham akan memberikan insentif kepada direksi atau manajer agar para direksi dan manajer tidak mengorbankan kepentingan pemegang saham demi kepentingan pribadi manajer atau direksi.

Kerangka Pemikiran



Pengaruh CSR lingkup lingkungan perusahaan terhadap agresivitas pajak

Kinerja CSR lingkup lingkungan tergantung pada pengurangan sumber daya perusahaan, pengurangan emisi dan inovasi produk (Ribando dan Bonne, 2010). Menurut teori legitimasi, yang menyatakan bahwa legitimasi perusahaan dapat diperoleh ketika terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan dengan eksistensi sistem nilai yang ada didalam masyarakat dan lingkungan, ketika terjadi ketidaksesuaian maka pada saat itu legitimasi perusahaan dapat terancam. Untuk mencapai kesesuaian sistem nilai yang ada didalam masyarakat dan lingkungan perusahaan harus melakukan CSR di lingkup lingkungan untuk menaikkan reputasi perusahaan dan ketika perusahaan melakukan agresivitas pajak dapat mengakibatkan reputasi perusahaan menurun. (Degaan *et. al*, 2002)

Hasil studi empiris sebelumnya sebelumnya yang membahas tentang adanya hubungan antara CSR kinerja lingkungan perusahaan dengan agresivitas perusahaan masih beragam. Misalnya, Jos van Renselaar, (2016) dan Marsdenia dan Dwi Martini, (2018) menunjukkan hasil yang sama yaitu positif signifikan tentang hubungan kinerja lingkungan dengan penghindaran pajak. Sementara itu penelitian terbaru yang dilakukan oleh Sari dan Tjen, (2016) menemukan hasil bahwa Kinerja lingkungan berpengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak. Sedangkan, Laguir *et al.* (2015) telah menguji dan tidak menemukan hasil yang signifikan tentang hubungan antara kinerja lingkungan dan agresivitas pajak. Maka dari itu penulis dalam penelitian ini mengharapkan hubungan CSR lingkup lingkungan akan berpengaruh negatif secara signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan.

H1: CSR lingkup lingkungan perusahaan berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak

Pengaruh CSR lingkup sosial perusahaan terhadap agresivitas pajak

Kinerja CSR lingkup sosial berdasarkan kualitas pekerjaan, kesehatan, dan keselamatan kerja, pelatihan dan pengembangan, keragaman, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab produk (Ribando dan Bonne, 2010). Menurut teori legitimasi perusahaan akan berusaha untuk membangun dan memelihara hubungan dengan lingkungan sosial dan politik dimana perusahaan tersebut melakukan operasi perusahaani. Perusahaan melakukan hal tersebut untuk mendapatkan legitimasi sehingga perusahaan dapat berjalan hidup terus terlepas dari kinerja finansial perusahaan tersebut (Gray *et al.* 1995).Maka dari itu perusahaan akan membangun dan memelihara hubungan sosial perusahaan harus melakukan CSR di lingkup sosial dan perusahaan tidak melakukan agresivitas pajak untuk mendapatkan legitimasi sehingga perusahaan tersebut terus bertahan hidup.

Hasil studi empiris sebelumnya sebelumnya yang membahas tentang adanya hubungan antara CSR kinerja sosial perusahaan dengan agresivitas perusahaan masih beragam. Misalnya, Laguir *et al.* (2015) dan Watson (2011) menemukan hasil yang sama tentang pengaruh dimensi sosial terhadap agresivitas pajak, hasil menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat CSR dimensi sosial maka semakin rendah tingkat agresivitas pajak begitupun sebaliknya semakin rendah tingkat CSR dimensi sosial maka semakin tinggi tingkat agresivitas pajak perusahaan. Sejalan dengan itu, Lanis dan Richardson (2012) menemukan semakin banyak pengungkapan investasi sosial yang di lakukan oleh perusahaan secara signifikan berkaitan dengan rendahnya agresivitas perusahaan. sementara itu, Carrol dan Joulfaiian (2005) menemukan bahwa pemberian amal yang dilakukan oleh perusahaan memiliki hubungan positif terhadap penghindaran pajak.Maka dari itu penulis dalam penelitian ini mengharapkan hubungan CSR lingkup sosial akan berpengaruh negatif secara signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan.

H2: CSR lingkup sosial perusahaan berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak

Pengaruh CSR lingkup tata kelola perusahaan terhadap agresivitas pajak

Kinerja CSR pada lingkup tata kelola tergantung pada struktur dewan, kebijakan kompensasi, fungsi dewan, hak pemegang saham, dan visi dan strategi perusahaan (Ribando dan Bonne 2010). Menurut teori agensi, terjadi konflik antara pemegang saham (*principal*) dan direksi atau manajemen (*agen*) yang dikarenakan adanya konflik kepentingan. Konflik tersebut terjadi disebabkan direksi cenderung untuk mementingkan kepentingan sendiri dan mengesampingkan kepentingan pemegang saham. Konflik tersebut disebut sebagai masalah keagenan. Masalah keagenan ini menyebabkan timbulnya biaya agensi. Maka dari itu Pemegang saham (*principal*) mempekerjakan dewan komisaris sebagai pengawas kinerja direksi (*agen*) untuk mengawasi dan mengendalikan perilaku yang dilakukan direksi serta memastikan bahwa pekerjaan yang dilakukan direksi bertujuan untuk kepentingan pemegang saham (Jensen dan Meckling, 1976)

Sehubungan dengan yang diungkapkan oleh Friedman (1970) bahwa keterkaitan perusahaan dalam melakukan kegiatan CSR dapat mengindikasikan masalah keagenan antara *principal* dan *agen*. Mc Williams dan Siegel. (2001) berpendapat bahwa pemegang saham akan memberikan insentif kepada direksi atau manajer agar para direksi dan manajer tidak mengorbankan kepentingan pemegang saham demi kepentingan pribadi manajer atau direksi. Renselaar (2016) untuk memaksimalkan keuntungan pemegang saham, manajer harus menemukan strategi yang optimal untuk mengurangi pajak yang bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan. Maka dari itu, muncul dugaan bahwa perusahaan yang membuat komitmen untuk memaksimalkan kepentingan pemegang saham perusahaan cenderung menghindari pajak untuk mencapai kepentingan pemegang saham.

Hasil studi empiris sebelumnya sebelumnya yang membahas tentang adanya hubungan antara CSR kinerja tata kelola perusahaan dengan agresivitas perusahaan masih beragam. Misalnya, studi yang dilakukan oleh Desai dan Dharmapala (2006) menemukan bahwa kompensasi insentif yang diberikan kepada manajer yang tinggi yang merupakan elemen dari tata kelola perusahaan yang baik menunjukkan secara signifikan negatif terhadap penghindaran pajak. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Huseynov dan Klamm (2012) menemukan bahwa tata kelola perusahaan yang baik berpengaruh signifikan positif terhadap penghindaran pajak. Sementara itu, Watson (2011) aksi tidak bertanggung jawab dalam lingkup tata kelola berhubungan dengan agresivitas pajak yang tinggi. Maka dari itu penulis dalam penelitian mengharapkan hubungan CSR dalam lingkup tata kelola berpengaruh secara positif signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan.

H3: CSR lingkup tata kelola perusahaan berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Pada penelitian ini, variabel dependen yang digunakan yaitu Agresivitas Pajak. Agresivitas pajak diukur menggunakan *Effective Tax Rate* (ETR). Variabel independen yang digunakan yaitu CSR lingkup lingkungan, CSR lingkup sosial, dan CSR lingkup tata kelola yang diukur dengan *Bloomberg ESG database*. Penelitian memiliki 4 variabel kontrol, variabel kontrol tersebut adalah ukuran perusahaan (SIZE), *Leverage* (LEV), *Return on Aset* (ROA), dan *Return on Equity* (ROE).

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Teknik purposive sampling di ambil untuk Kriteria dalam penentuan sampel penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan non-keuangan yang terdaftar di BEI pada tahun 2016 sampai 2018 karena perusahaan non keuangan dianggap lebih menggambarkan keseluruhan perusahaan yang ada di Indonesia dan perusahaan non keuangan menerapkan aturan perpajakan yang relatif mendekati sama dengan pemerintah.
2. Perusahaan yang mempunyai skor kinerja pada lingkup CSR yaitu lingkup lingkungan, sosial dan tata kelola pada tahun 2016 sampai 2018 secara berturut turut yang tersedia di dalam *Blomberg*.
3. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian pada tahun 2016 sampai 2018, karena perusahaan yang mengalami kerugian memiliki nilai ETR yang negatif sehingga dapat mengacaukan sampel.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jenis data sekunder. Data sekunder ini didapatkan dan dikumpulkan dari berbagai sumber yang tersedia sebelumnya. Data yang dipakai dalam penelitian ini bersumber dari laporan keuangan dari perusahaan yang terdaftar di BEI dan di publikasikan oleh BEI di dalam website www.idx.co.id dan bersal dari *Bloomberg*.

Metode Analisis

Rumus regresi linier berganda sebagai berikut :

$$ETR_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 CSR_GOV_{i,t} + \alpha_2 CSR_LING_{i,t} + \alpha_3 CSR_SOS_{i,t} + \alpha_4 SIZE_{i,t} + \alpha_5 LEV_{i,t} + \alpha_6 ROA_{i,t} + \alpha_7 ROE_{i,t} + \epsilon_{i,t}$$

Keterangan

ETR	= Agresivitas Pajak
CSR_GOV	= CSR lingkup tata kelola
CSR_LING	= CSR lingkup lingkungan
CSR_SOS	= CSR lingkup sosial
SIZE	= Ukuran Perusahaan
LEV	= Leverage
ROA	= <i>Return on Asset</i>
ROE	= <i>Return on Equity</i>
ϵ	= Kesalahan Residual

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

Pada penelitian ini, perusahaan yang sudah ditetapkan sebagai objek penelitian adalah perusahaan non keuangan pada tahun 2016 sampai 2018 sebanyak 599 perusahaan yang terdaftar di BEI. terdapat 554 perusahaan yang tidak terdapat skor kinerja pada lingkup CSR pada tahun 2016 sampai 2018 secara berturut turut yang tersedia di dalam *Blomberg*. Terdapat 9 perusahaan yang mengalami kerugian pada tahun 2016 sampai 2018. Total terdapat 36 perusahaan pada tahun 2016 sampai 2018. Data penelitian yang tidak memenuhi kriteria akan dikeluarkan dari sampel.

Kriteria Sampel Penelitian	Jumlah
Perusahaan non-keuangan yang terdaftar di BEI pada tahun 2016 sampai 2018.	599
Perusahaan yang tereliminasi karena tidak terdapat skor kinerja pada lingkup CSR yaitu lingkup lingkungan, sosial dan tata kelola pada tahun 2016 sampai 2018 secara berturut turut yang tersedia di dalam <i>Blomberg</i> .	(554)
Perusahaan yang mengalami kerugian pada tahun 2016 sampai 2018, karena perusahaan yang mengalami kerugian memiliki nilai ETR yang negatif sehingga dapat mengacaukan sampel.	(9)
Sampel Penelitian	36
Jumlah Sampel Penelitian (3 tahun)	108
Sampel Data Outlier	(30)
Jumlah Sampel yang Digunakan	78

Analisis Statistik Deskriptif

Hasil dari statistik deskriptif disajikan dalam tabel berikut.

Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ETR	78	0,007	0,423	0,22695	0,095065
ENV	78	0,023	0,395	0,15895	0,097497
SOC	78	0,175	0,667	0,35228	0,130277
GOV	78	0,464	0,625	0,54305	0,035508
SIZE	78	22,153	26,566	24,42227	0,965834
LEV	78	0,002	0,548	0,20680	0,147701
ROA	78	0,022	0,176	0,07767	0,039530
ROE	78	0,033	0,292	0,15196	0,057317

Tabel diatas menunjukkan hasil analisis statistik deskriptif dari semua variabel penelitian diperoleh hasil ETR yang merupakan proksi dari variabel Agresivitas Pajak mempunyai nilai minimum 0,007 dan nilai maksimum 0,423. Sedangkan nilai *mean* ETR terletak pada 0,22695 dan memiliki standar deviasi 0,095065. Hasil data yang diperoleh menunjukkan bahwa nilai *mean* lebih besar dibandingkan nilai standar deviasi. Hasil ini memperlihatkan bahwa variabel ETR mempunyai sebaran data yang bervariasi sempit.

Variabel ENV adalah variabel independen pada penelitian ini yaitu CSR lingkup lingkungan dengan nilai minimum 0,023 dan nilai maksimumnya 0,395. Nilai *mean* adalah 0,15895 dengan standar deviasi sebesar 0,097497. Hasil data yang diperoleh menunjukkan bahwa nilai *mean* lebih besar dibandingkan nilai standar deviasi. Hasil ini memperlihatkan bahwa variabel ENV mempunyai sebaran data yang bervariasi sempit.

Variabel SOC adalah variabel independen pada penelitian ini yaitu CSR lingkup sosial dengan nilai minimum 0,175 dan nilai maksimumnya 0,667. Nilai *mean* adalah 0,35228 dengan standar deviasi sebesar 0,130277. Hasil data yang di peroleh menunjukkan bahwa nilai *mean* lebih besar dibandingkan nilai standar deviasi. Hal ini memperlihatkan bahwa variabel SOC mempunyai sebaran data yang bervariasi sempit.

Variabel GOV adalah variabel independen pada penelitian ini yaitu CSR lingkup tata kelola dengan nilai minimum 0,464 dan nilai maksimumnya 0,625. Nilai *mean* adalah 0,54305 dengan standar deviasi sebesar 0,035508. Hasil data yang di peroleh menunjukkan bahwa nilai *mean* lebih besar dibandingkan nilai standar deviasi. Hal ini memperlihatkan bahwa variabel GOV mempunyai sebaran data yang bervariasi sempit.

Selain variabel dependen dan independen, juga terdapat 4 variabel kontrol dalam penelitian ini. Variabel kontrol yaitu ukuran perusahaan (SIZE), Leverage (LEV), *Return on Asset* (ROA), dan *Return on Equity* (ROE). Variabel SIZE nilai minimum untuk 22,153 dan nilai maksimumnya 26,566. Nilai *mean* adalah 24.42227 dengan standar deviasi sebesar 0,965834. Variabel LEV nilai minimum untuk 0,002 dan nilai maksimumnya 0,548. Nilai *mean* adalah 0,20680 dengan standar deviasi sebesar 0,147701. Variabel ROA nilai minimum untuk 0,022 dan nilai maksimumnya 0,176. Nilai *mean* adalah 0,07767 dengan standar deviasi sebesar 0,039530. Variabel ROE nilai minimum untuk 0,033 dan nilai maksimumnya 0,292. Nilai *mean* adalah 0,15196 dengan standar deviasi sebesar 0,057317.

Uji Statistik F (Uji-F)

Hasil dari uji statistik f disajikan dalam tabel berikut:

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	f	Mean Square	F	Sig.
	Regression	0,240	7	0,034	5,266	0,000 ^b
	Residual	0,456	70	0,007		
	Total	0,696	77			

Berdasarkan pada tabel memperlihatkan nilai F hitung senilai 5,266 dan *p-value* sebesar 0,000. Karena nilai *p-value* tidak melebihi 0,050 maka dapat dikatakan variabel independen berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen.

Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

Hasil dari uji R² disajikan dalam table berikut:

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,587 ^a	0,345	0,279	0,08069761

Berdasarkan pada tabel hasil uji hipotesis dengan menggunakan koefisien determinasi memperlihatkan nilai *adjusted R2* sebesar 0,279. Nilai tersebut menandakan 27,9 persen dari variabel dependen yaitu agresivitas pajak dapat dijelaskan oleh variabel

independen yaitu CSR lingkup lingkungan (ENV), CSR lingkup sosial (SOC), CSR lingkup tata kelola (GOV) dan variabel kontrol berupa ukuran perusahaan, *leverage*, ROA, dan ROE. Sedangkan sisanya (100% -27,9%) yaitu 72,1 persen sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model regresi pada penelitian ini.

Uji Signifikan Parameter Individual (Uji T)

Hasil dari uji T disajikan dalam tabel berikut:

Model	Coefficients		Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0,301	0,346		871	0,387
ENV	0,474	0,175	0,486	2,710	0,008
SOC	-0,227	0,110	-0,312	-2,060	0,043
GOV	-1,303	0,381	-0,487	-3,418	0,001
SIZE	0,027	0,011	0,277	2,545	0,013
LEV	0,080	0,080	0,124	0,998	0,322
ROA	1,212	0,424	0,504	2,860	0,006
ROE	-0,912	0,263	-0,550	-3,469	0,001

CSR lingkup lingkungan perusahaan berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak

Dari tabel menunjukkan bahwa hipotesis pertama CSR lingkup lingkungan perusahaan berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak ditolak. Hal ini di buktikan dengan nilai t hitung sebesar 2,710 yang menunjukkan arah positif, dengan nilai signifikansi 0,008. Adanya pengaruh signifikan dengan arah positif antara CSR lingkup lingkungan dan agresivitas pajak ini disebabkan oleh rata-rata CSR didalam lingkup lingkungan relatif rendah yang diperoleh dari data penelitian CSR lingkup lingkungan memiliki nilai rata-rata sebesar 15,8%. Menurut Watson (2015) perusahaan yang kurang aktif atau bahkan tidak aktif dalam melaksanakan pengungkapan CSR akan melakukan lebih banyak agresivitas pajak.

Berdasarkan teori legitimasi, penelitian ini tidak sejalan dengan teori legitimasi. Dalam teori legitimasi menyatakan bahwa legitimasi perusahaan dapat diperoleh ketika terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan dengan eksistensi sistem nilai yang ada didalam masyarakat dan lingkungan, ketika terjadi ketidaksesuaian maka pada saat itu legitimasi perusahaan dapat terancam. Untuk mencapai kesesuaian sistem nilai yang ada didalam masyarakat dan lingkungan perusahaan harus melakukan CSR di lingkup lingkungan untuk menaikkan reputasi perusahaan dan ketika perusahaan melakukan agresivitas pajak dapat mengakibatkan reputasi perusahaan menurun (Degaan *et. al*, 2002). Dengan demikian perusahaan dari data penelitian ini kurang memperhatikan aspek lingkungan untuk menaikkan reputasi perusahaan,

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang di lakukan oleh, Jos van Renselaar, (2016) yang menjelaskan bahwa semakin tinggi perusahaan melakukan csr kinerja lingkungan maka akan semakin tinggi pula melakukan penghindaran pajak. dan di dukung oleh penelitian terbaru yang di lakukan oleh Marsdenia dan Dwi Martini, (2018), menemukan hubungan Kinerja lingkungan signifikan positif terhadap penghindaran pajak. yang berarti semakin tinggi perusahaan melakukan csr kinerja lingkungan maka semakin tinggi perusahaan melakuakn penghindaran pajak.

CSR lingkup sosial perusahaan berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak

Dari Tabel menunjukkan bahwa hipotesis kedua CSR lingkup sosial perusahaan berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak diterima. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,043 yang lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung sebesar -2,060 yang menandakan arah negatif. Hal ini menunjukkan bahwa CSR lingkup sosial perusahaan berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

Hasil ini menunjukkan kesesuaian dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Laguir *et al.* (2015) yang menunjukkan hasil CSR lingkup sosial perusahaan berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Sejalan dengan itu Watson (2011) menemukan hasil yang sama tentang pengaruh dimensi sosial terhadap agresivitas pajak, hasil menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat CSR dimensi sosial maka semakin rendah tingkat agresivitas pajak begitupun sebaliknya semakin rendah tingkat CSR dimensi sosial maka semakin tinggi tingkat agresivitas pajak perusahaan. Sejalan juga dengan Lanis dan Richardson (2012) menemukan semakin banyak pengungkapan investasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan secara signifikan berkaitan dengan rendahnya agresivitas perusahaan.

Berdasarkan teori legitimasi, penelitian ini sejalan dengan teori legitimasi. Dalam teori legitimasi, perusahaan akan berusaha untuk membangun dan memelihara hubungan dengan lingkungan sosial dan politik dimana perusahaan tersebut melakukan operasi perusahaani. Perusahaan melakukan hal tersebut untuk mendapatkan legitimasi sehingga perusahaan dapat berjalan hidup terus terlepas dari kinerja finansial perusahaan tersebut (Gray *et al.* 1995).

CSR lingkup tata kelola perusahaan berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak

Dari tabel menunjukkan bahwa hipotesis ketiga CSR lingkup tata kelola perusahaan berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak ditolak. Hal ini di buktikan dengan nilai t hitung sebesar -3,418 yang menunjukkan arah negatif, dengan nilai signifikansi 0,001. Adanya pengaruh signifikan dengan arah negatif antara CSR lingkup tata kelola dan agresivitas pajak ini disebabkan oleh rata-rata CSR didalam lingkup tata kelola relatif tinggi yang diperoleh dari data penelitian CSR lingkup tata kelola memiliki nilai rata-rata sebesar 54,2%. Menurut Lanis dan Richardshon (2012) perusahaan yang memiliki pengungkapan CSR yang baik, akan memilih untuk tidak melakukan agresivitas pajak atau agresivitas pajaknya rendah.

Berdasarkan teori agency, penelitian ini tidak sejalan dengan teori agency. Menurut teori agensi, terjadi konflik antara pemegang saham (principal) dan direksi atau manajemen (agen) yang dikarenakan adanya konflik kepentingan. Maka dari itu Pemegang saham (principal) mempekerjakan dewan komisaris sebagai pengawas kinerja direksi (agen) untuk mengawasi dan mengendalikan perilaku yang dilakukan direksi serta memastikan bahwa pekerjaan yang dilakukan direksi bertujuan untuk kepentingan pemegang saham (Jensen dan Meckling, 1976). Keterkaitan perusahaan dalam melakukan kegiatan CSR dapat mengindikasikan masalah keagenan antara principal dan agen (Friedman, 1970). untuk memaksimalkan keuntungan pemegang saham, manajer harus menemukan strategi yang optimal untuk mengurangi pajak yang bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan. Maka dari itu, muncul dugaan bahwa perusahaan yang membuat komitmen untuk memaksimalkan kepentingan pemegang saham perusahaan cenderung menghindari pajak untuk mencapai kepentingan pemegang saham (Renselaar, 2016). Dengan demikian perusahaan dari data penelitian ini yang memperhatikan aspek tata kelola yang baik akan mencapai kepentingan pemegang saham dengan cara yang optimal tanpa melakukan pelanggaran pajak.

Hasil ini sesuai dengan Desai dan Dharmapala (2006) menemukan bahwa kompensasi insentif yang diberikan kepada manajer yang tinggi yang merupakan elemen dari tata kelola perusahaan yang baik menunjukkan secara signifikan negatif terhadap

penghindaran pajak. Watson (2011) aksi tidak bertanggung jawab dalam lingkup tata kelola berhubungan dengan agresivitas pajak yang tinggi yang berarti semakin baik tata kelola perusahaan maka semakin rendah tingkat agresivitas pajak begitupun sebaliknya semakin rendah lingkup kelola perusahaan maka semakin tinggi tingkat agresivitas pajak perusahaan

KESIMPULAN

Kesimpulan

1. CSR lingkup lingkungan secara signifikan berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Adanya pengaruh signifikan dengan arah positif antara CSR lingkup lingkungan dan agresivitas pajak ini disebabkan oleh rata-rata CSR didalam lingkup lingkungan relatif rendah. perusahaan yang memiliki pengungkapan CSR yang baik, akan memilih untuk tidak melakukan agresivitas pajak atau agresivitas pajaknya rendah. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama CSR lingkup lingkungan memiliki hubungan negatif terhadap agresivitas pajak tidak diterima.
2. CSR lingkup sosial secara signifikan berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Adanya pengaruh signifikan dengan arah negatif antara CSR lingkup sosial dan agresivitas pajak ini disebabkan oleh rata-rata CSR didalam lingkup sosial relatif tinggi. perusahaan yang memiliki pengungkapan CSR yang baik, akan memilih untuk tidak melakukan agresivitas pajak atau agresivitas pajaknya rendah. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua CSR lingkup sosial memiliki hubungan negatif terhadap agresivitas pajak diterima.
3. CSR lingkup tata kelola secara signifikan berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Adanya pengaruh signifikan dengan arah negatif antara CSR lingkup tata kelola dan agresivitas pajak ini disebabkan oleh rata-rata CSR didalam lingkup tata kelola relatif tinggi. perusahaan yang memiliki pengungkapan CSR yang baik, akan memilih untuk tidak melakukan agresivitas pajak atau agresivitas pajaknya rendah. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga CSR lingkup tata kelola memiliki hubungan positif terhadap agresivitas pajak tidak diterima.

Saran

1. Nilai adjusted R² yang kecil maka perlu ditambahkan variabel baik independen, kontrol, moderasi, maupun mediasi. Mengingat kemungkinan agresivitas pajak dipengaruhi oleh variabel di luar penelitian ini.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mempertimbangkan untuk menggunakan proksi lain yang digunakan sebagai alat ukur agresivitas pajak dalam penelitian.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mempertimbangkan untuk menggunakan proksi lain yang digunakan sebagai alat ukur lingkup CSR selain proksi Bloomberg ESG Score dalam penelitian yang memiliki lingkup yang berbeda.

REFERENSI

- Carroll, R., Joulfaian, D. 2005. *Taxes and corporate giving to charity*. Public Financ. Rev. 33, h. 300-317.
- Deegan, C. 2002. *Introduction: The Legitimising Effect of Social and Environmental Disclosure – A Theoretical Foundation*. *Accounting, Auditing, and Accountability Journal*, Vol.5 No.3: 282-311.
- Desai, M., Dharmapala, D., 2006. Corporate tax avoidance and high-powered incentives. *Journal of Financial Economics* 79, 145-179.

- Desai, M., Dharmapala, D., 2006. Corporate tax avoidance and high-powered incentives. *Journal of Financial Economics* 79, 145-179.
- Freeman, R., Edward, Reed, and David, L. 2010. Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance. *California Management Review*, 25(3), 78-90.
- Friedman, M., 1970. *The social responsibility of business is to increase its Profits.*In:Beauchamp, T., Bowie, N.E. (Eds.), *Ethical Theory and Business*.Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ, h. 55-60.
- Gray, et. al. 1995. *Corporate Social and Environmental Reporting: A Review of Literature and a Longitudinal Study of UK Disclosure.* *Accounting, Auditing, and Accountability Journal*, Vol.8 No 2: 47-76.
- Hanlon, Michelle., dan Heitzman, Shane. 2010. A review of tax research. *Journal of Accounting and Economics*, 50 (40). 127 – 178.
- Hassel, L. G. and Semenova, N. 2013. *The Added Value of ESG/SRI on Company and Portfolio Levels—What can we learn from Research?* SIRP Working Paper 13–2.
- Hillman, A., Keim, G.D., 2001. Shareholder value, stakeholder management, and social issues: what's the bottom line? *Strateg. Manag. J.* 22, 125e139.
- Hoi, Chun-Keung., Wu, Qiang., Zhang, Hao. 2013. *Is Corporate Social Responsibility (CSR) Associated with Tax Avoidance? Evidence from Irresponsible CSR Activities.* *The Accounting Review*. Vol. 88, No. 6 pp.2025-2059.
- Huseynov, F. dan Klamm, B. K. 2012. Tax avoidance, tax management and corporate social responsibility. *Journal of Corporate Finance*, 18(4), 804-827.
- Jensen, Michael C. dan Meckling. William H., 1976, “Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost, and Ownership Structure”, *Journal of Financial Economics*, Vol. 3, No. 4, October pp. 305-360.
- Johnson, R. A., dan Greening, D. W. 1999. The effects of corporate governance and institutional ownership types on corporate social performance. *The Academy of Management Journal*, 42(5), 564–576.
- Jos Van Renselaar. 2016. *The influence of corporate social responsibility on the level of corporate tax avoidance.* Business and Economics. Uppsala University.
- Kementrian Keuangan. 2019. APBN Kita Kinerja dan Fakta Edisi Januari 2019. Jakarta
- Kurniasih, T. dan M.R. Sari. 2013. “Pengaruh return on Asset, Leverage, Corporate Governance, Ukuran Perusahaan dan Kompensasi Kerugian Fiskal pada Tax Avoidance”. *Buletin Studi Ekonomi*. 18 (1), 58-66.
- Laguir, I., Stagliano, R., Elbaz, J., 2015. *Does corporate social responsibility affect corporate tax aggressiveness?* *Journal of Cleaner Production* 107, 662-675.
- Landry, S., Deslandes, M., Fortin, A., 2013. Tax aggressiveness, corporate social responsibility, and ownership structure. *J. Acc. Ethic Public Pol.* 14 (3), 611e645.
- Lanis, R., Richardson, G., 2012. *Corporate social responsibility and tax aggressiveness: an empirical analysis.* *J. Acc. Public* Vol. 31, h. 86-108.
- Lanis, R. and Grant Richardson. 2015. Is Corporate Social Responsibility Performance Associated with Tax Avoidance?. *Journal Bus Ethics* 127: 439-457.
- Marsdenia dan Martani D 2018. “Environmental CSR disclosure and Tax Avoidance behavior: Empirical Study of Indonesia’s Capital Market Listed Company”. *IOP Conf. Ser.: Earth Environ. Sci.* 175 012088.
- McWilliams, Abigail dan Siegel, Donald. 2001. *Corporate Social Responsibilities: A Theory of the Firm Perspective.* *The Academy of Management Reviews*, vol. 26, p. 117-127.
- Rehbein, K., Waddock, S.A., Graves, S.B., 2004. Understanding shareholder activism: which corporations are targeted? *Bus. Soc.* 43, 239e267.

- Ribando, J., Bonne, G., 2010. A new quality factor: finding alpha with ASSET4 ESG data. Thomson Reuters. Retrieved on December 22, 2015 from <http://thomsonreuters.com/content/dam/openweb/documents/pdf/tr-com-financial/report/starmin-quant-research-note-on-asset4-data.pdf>.
- Sagala, Winarti Monika. 2015. Analisis Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak. Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Sari D dan Tjen C, 2015 “Corporate Social Responsibility Disclosure, Environmental Performance, and Tax Aggressiveness”, *International Research Journal of Business Studies*. 93 – 104.
- Suchman, Mark, C., 1995. “Managing Legitimacy: Strategies and Institutional Approach”, *Academy of Management Review*”, 20 (3). 571-610.
- Watson, L. 2015, “Corporate social responsibility, tax avoidance, and earnings performance”, *Journal of the American Taxation Association*, Vol. 37 No. 2, pp. 1-21.
- Watson, Luke 2011. Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness. An Examination of Unrecognized Tax Benefits. American Taxation Association Midyear Meeting Paper: New Faculty/Doctoral Student Research.