

PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK DAN PROFITABILITAS TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2017)

Dimas Ario Wicaksono, Tri Jatmiko Wahyu Prabowo¹

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

ABSTRACT

The purpose of this research is to examine the influence of tax aggressiveness and profitability with corporate social responsibility. Independent variabel used in this research is the tax aggressiveness, size and profitability. Dependent variabel in this research is corporate social responsibility.

This research population was manufacture companies listed on Indonesian Stock Exchange during 2016-2017. The sample of the research is chosen by using purposive sampling method. Total samples used in this study as many as 185 companies. Data then analyzed using ordinary least square regression.

This research showed that the aggressiveness of corporate taxes and profitability significantly and not positively related to CSR. This result not accordance with legitimacy theory.

Keywords: corporate social responsibility, aggressiveness tax, factors that influence the CSR, legitimacy theory

PENDAHULUAN

Pemerintahan diseluruh dunia yang termasuk kategori negara berkembang maupun negara maju menghadapi masalah yang sama yaitu mengenai perpajakan, tak terkecuali di Indonesia yang masih mengalami permasalahan dalam pengelolaan pajak bagi negara. Pajak menurut Waluyo (2013) merupakan iuran (yang diwajibkan atau dipaksakan) yang diberikan kepada negara oleh masyarakat yang terutang dan wajib membayarnya sesuai dengan undang-undang yang berlaku di setiap negara. Undang-undang yang berlaku di Indonesia adalah Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 1997 menyatakan bahwa pemerintah memperoleh pendapatan dari dua hal yaitu pendapatan dalam negeri dan hibah. Yang dimaksud dengan pendapatan dalam negeri adalah pendapatan yang diperoleh dari penerimaan dalam perpajakan dan pendapatan yang diperoleh negara dari penerimaan bukan pajak. Kemudian yang dimaksud dengan penerimaan hibah adalah pendapatan yang dapat dikategorikan dengan pendapatan hibah adalah penerimaan negara dalam bentuk hibah dari organisasi finansial swasta internasional maupun dari negara-negara pendonor.

Pajak dalam pengelolaan negara di Indonesia merupakan elemen yang sangat penting dikarenakan saat ini pemerintah masih sangat bergantung terhadap penerimaan pajak. Penerimaan dari sektor pajak di Indonesia memberikan kontribusi yang paling signifikan dalam penerimaan atau pendapatan negara. Hal tersebut diperkuat dengan data yang diperoleh dari kementerian keuangan mengenai presentasi pendapatan negara berdasarkan penerimaan dari pajak dan PNB (Penerimaan Negara Bukan Pajak). Peraturan di Indonesia yang mengatur mengenai masalah perpajakan diatur dalam Undang-Undang mengenai ketentuan Umum dan Tata Cara perpajakan (UU KUP_ Nomor 16 Tahun 2009 pasal 1 ayat 1 menetapkan bahwa

“ pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”.

Berdasarkan definisi dari peraturan tersebut maka pajak dapat dianggap sebagai salah satu pendapatan bagi negara yang nantinya pendapatan tersebut dikelola oleh negara untuk

¹ Corresponding author

kepentingan dan kemakmuran rakyat, namun bagi pelaku bisnis atau sektor swasta seringkali menganggap pajak adalah beban investasi. Oleh karena itu, perilaku perusahaan yang menghindari beban dari pajak sudah menjadi hal yang wajar. Lanis dan Richardson (2013) berpendapat bahwa saat ini sudah menjadi hal yang umum apabila manajemen mengambil tindakan yang direncanakan melalui agresivitas pajak agar dapat memperkecil pembayaran pajak perusahaan.

Siti Resmi (2011) menyatakan bahwa sumber perolehan pajak negara adalah laba perusahaan atau laba yang diterima oleh masyarakat setiap tahunnya. Masih menurut Siti Resmi (2011) wajib pajak yang dimaksud adalah wajib pajak yang diatur dalam undang-undang termasuk wajib pajak orang pribadi maupun wajib pajak perusahaan/badan. Yoehanna (2013) menyatakan bahwa nilai pajak yang tinggi yang harus dibayarkan oleh perusahaan merupakan alasan utama perusahaan melakukan agresivitas pajak, karena tingginya nilai pajak yang harus dibebankan dapat mempengaruhi nilai laba dengan menambah beban. Hal tersebut mengakibatkan penilaian negatif oleh para pemegang saham mengenai kinerja perusahaan.

Braithwaite (2005) menjelaskan bahwa pengertian dari agresivitas pajak sebagai pengaturan atau rencana yang digunakan dengan fungsi utamanya adalah menghindari pajak. Dengan begitu perusahaan akan memiliki pendapatan yang lebih namun dengan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan tersebut mengakibatkan penurunan dalam pendapatan pajak yang diterima oleh negara. Harnet (2018) menyatakan bahwa apabila pendapatan pajak yang diterima oleh negara kurang maka dapat memunculkan potensi kondisi yang tidak kondusif sebagai contoh permusuhan, kemudian dapat menimbulkan reputasi perusahaan yang buruk dimata publik maupun stakeholder dan potensi yang paling buruk adalah kemungkinan pemberhentian operasi bisnis. Schön (2018) menyatakan dalam penelitiannya bahwa suatu perusahaan yang melakukan perilaku agresivitas pajak maka perusahaan tersebut melakukan perilaku yang secara sosial dianggap tidak bertanggung jawab.

Lanis dan Richardson (2012) menjelaskan bahwa dalam usaha perusahaan meminimalkan pajak perusahaan melakukan tindakan manajemen yang didesain secara sengaja dengan melakukan agresivitas pajak. Khuruna dan Moser (2009) dalam penelitiannya menyatakan bahwa agresivitas pajak dapat diartikan sebagai upaya atau usaha melalui tax planning perusahaan yang biasa dilakukan melalui dua cara yaitu tax sheltering dan tax avoidance. Dari definisi diatas dapat dipahami bahwa perusahaan sudah merancang dan merencanakan dengan sengaja tindakan agresivitas pajak agar dapat mengurangi beban pajak sehingga perusahaan memperoleh nilai laba setelah pajak yang lebih tinggi.

Berbagai perusahaan diseluruh dunia telah dan masih menggunakan agresivitas pajak sebagai tindakan yang digunakan untuk menurunkan kewajiban pajak sehingga pendapatan negara dari pajak berkurang. Sebagai contoh kasus yang terjadi pada perusahaan News Corporation Ltd, BHP Ltd dan James Hardie Ltd. Menurut Lanis dan Richardson (2013) perusahaan tersebut meletakkan anak perusahaan di haven tax serta memiliki offshore subsidurries sebagai usaha agresif pajak agar mengurangi kewajiban pajak sehingga perusahaan tersebut dapat membayar pajak dibawah tingkat pajak efektifnya. Lanis dan Richardson (2013) juga berpendapat bahwa tujuan perusahaan-perusahaan tersebut melakukan agresivitas pajak adalah agar perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang lebih.

Beberapa penelitian akuntansi yang telah dilakukan sebelumnya menguji terkait hubungan pengungkapan CSR secara empiris terhadap perhatian masyarakat yang ditimbulkan dari kebijakan perusahaan yang masih belum seperti yang diharapkan oleh masyarakat, sesuai yang diasumsikan oleh teori legitimasi. Sejumlah penelitian yang telah dilakukan sebelumnya menghasilkan kesimpulan yang beragam hubungan antara agresivitas pajak perusahaan terhadap CSR. Penelitian yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson (2013) menghasilkan bahwa agresivitas pajak perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap CSR. Hasil penelitian tersebut juga didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Zeng (2012) yang menunjukkan pengaruh positif hubungan antar agresivitas pajak terhadap CSR. Namun hasil penelitian berbeda didapatkan dari penelitian yang dilakukan oleh Octaviana dan Rohman (2014) penelitian tersebut menghasilkan pengaruh negatif antara agresivitas pajak dengan CSR.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang berguna untuk usaha meningkatkan nilai pemegang saham. Menurut

Kamil & Herusetya (2012) dalam penelitiannya menjelaskan Return on Asset (ROA) merupakan salah satu proksi profitabilitas. Maka dari itu profitabilitas yang diproksikan atau dalam penelitian ini diwakili menggunakan ROA dapat diartikan sebagai kapasitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan cara mengoptimalkan aset yang dimiliki perusahaan agar dapat meningkatkan nilai pemegang saham. Lang dan Lundholm (1996) menyatakan perusahaan yang memiliki mutu kinerja yang bagus memiliki tendensi dalam mengutarakan "good news" untuk publik dalam pasar keuangan.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Sikka (2010) menjelaskan bahwa tingkat pembayaran pajak memegang peranan penting dalam menyediakan barang publik yang diberikan oleh pemerintah seperti, kesehatan, transportasi, hukum dan pertahanan, serta pendidikan. Namun bagi para pelaku usaha atau swasta pajak seringkali dihitung sebagai beban dalam pengelolaan perusahaan. Manajemen perusahaan yang agresif kepada pajak akan berusaha meminimalisir kewajiban dari beban pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan. Maka dari itu public atau masyarakat akan menganggap bahwa kegiatan agresivitas pajak sebagai kegiatan sosial yang tidak sah dan tidak bertanggung jawab.

Pemerintah mengatur mengenai CSR melalui Undang-Undang RI No 40 Tahun 2009 pasal 74 ayat 2 yang menyatakan bahwa Corporate Social Responsibility atau disebut juga dengan tanggung jawab sosial perusahaan adalah kewajiban perseroan yang harus diperhitungkan dan dianggarkan sebagai biaya perseroan yang dalam pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kewajaran dan kepatuhan. Dengan demikian pengungkapan terkait tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh manajemen perusahaan agar dapat tidak dikenakan pajak dan memberikan ruang pada perusahaan agar dapat mengalihkan beban pajak tersebut kepada pelaporan CSR Dalam Teori Stakeholder dijelaskan bahwa perusahaan bukan merupakan entitas yang beroperasi hanya untuk kelangsungan hidupnya sendiri namun juga harus mampu memberikan manfaat kepada stakeholdernya, hal tersebut dikarenakan keberlangsungan hidup dari perusahaan tidak lepas dari dukungan para stakeholdernya.

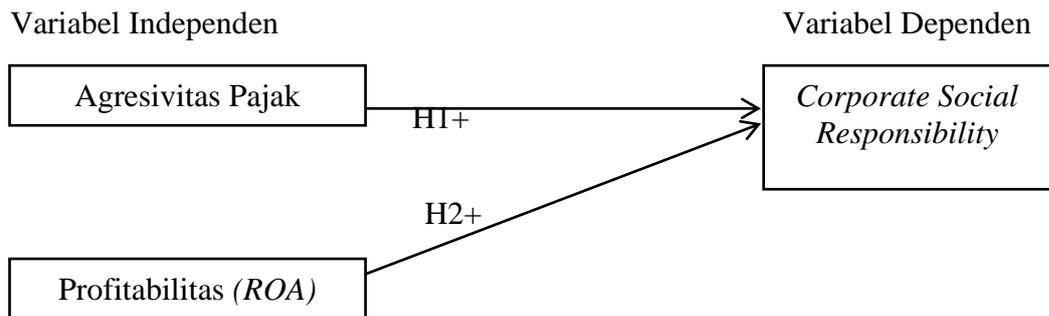
Pada dasarnya sumber-sumber ekonomi yang digunakan oleh perusahaan dapat dikendalikan oleh para Stakeholdernya. Sehingga Chariri 2008 (mengutip dari Ulman, 1985) berpendapat bahwa dikarenakan stakeholder mampu mengendalikan sumber ekonomi perusahaan maka sangat wajar apabila perusahaan akan bertindak dengan orientasi menyenangkan keinginan para stakeholdernya. Namun dengan kewenangan yang dimiliki oleh masing-masing stakeholder terkait pengungkapan CSR para stakeholder mampu memutuskan kebijakan mengenai pengungkapan CSR.

Profitabilitas berfungsi untuk menjelaskan kinerja suatu perusahaan terkait kemampuan dari perusahaan tersebut dalam menghasilkan laba. Salah satu rasio yang digunakan dalam menghitung profitabilitas adalah Return On Asset (ROA) yang berfungsi untuk menjelaskan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan aset yang dimiliki oleh perusahaan. Hackstone dan Milne (1996) menjelaskan bahwa profitabilitas adalah faktor yang dapat memungkinkan manajemen untuk memiliki fleksibilitas dan kebebasan dalam melakukan pengungkapan program CSR secara lebih luas kepada para pemegang saham. Kamil dan Herusetya (2012) menjelaskan bahwa apabila tingkat profitabilitas tinggi maka hal tersebut menggambarkan kemampuan menghasilkan laba yang dimiliki oleh entitas semakin tinggi, sehingga dapat menimbulkan entitas meningkatkan pengungkapan CSR dalam laporan setiap tahunnya. Lanis dan Richardson pada tahun 2013 melakukan penelitian yang sama dengan judul "Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: a test of legitimacy theory". Sama seperti penelitian yang dilakukan oleh Tao Zeng, penelitian yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson menggunakan variable dependennya yaitu CSR. Sedangkan variable independen yang digunakan adalah agresivitas pajak. Penelitian yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara agresivitas pajak dengan CSR yang dikaitkan dengan teori legitimasi. Dalam penelitian ini, analisis regresi Ordinary Least Squares (OLS) digunakan sebagai alat uji statistic. Dari penelitian tersebut menghasilkan bahwa antara agresivitas pajak dan

pengungkapan CSR terdapat hubungan positif dan signifikan yang menyetujui teori legitimasi pada konteks agresivitas pajak.

Gambar 1
Kerangka Konseptual

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



Pengaruh agresivitas pajak terhadap CSR

Deegan et. Al. (2012) menyatakan bahwa pengungkapan CSR dapat menjadi salah satu kebijakan yang dipilih oleh perusahaan dalam meringankan kewajiban tanggung jawab sosialnya dan sebagai bentuk pembuktian kepada masyarakat dan lingkungan sekitar bahwa perusahaan tersebut mampu mencukupi ekspektasi dari masyarakat. Maka dari itu pengungkapan CSR memiliki tujuan agar perusahaan mendapatkan penilaian positif sehingga masyarakat memberikan legitimasi positif.

Chariri (2008) menjelaskan terkait teori stakeholder bahwa tujuan dari keberadaan perusahaan tidak hanya sebatas memenuhi keberlangsungan hidup dari perusahaan tersebut namun juga diharuskan dapat memberikan manfaat bagi para stakeholdernya. Sehingga dalam menentukan kebijakan maupun melaksanakan kegiatan operasinya, maka perusahaan akan meninjau keinginan dari semua pihak yang terkait. Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah:

H1: Agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap CSR

Pengaruh profitabilitas terhadap CSR

Gray et. al. (1995) menjelaskan mengenai teori stakeholder bahwa kelangsungan hidup perusahaan bergantung kepada dukungan dari stakeholdernya dan manajemen harus mencari dukungan tersebut, sehingga mengakibatkan aktivitas perusahaan berorientasi mencari dukungan tersebut. Dalam laporan keuangan terdapat pengungkapan CSR yang dalam hal ini dianggap sebagai media komunikasi yang digunakan oleh manajemen perusahaan kepada para stakeholdernya. Maka dapat dikatakan bahwa pengungkapan CSR digunakan sebagai upaya memenuhi keinginan para stakeholder terkait dukungan yang diberikan kepada perusahaan. Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah:

H2: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR.

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian

Variabel digunakan pada penelitian ini adalah variabel dependen, variabel independen. Pada studi ini menggunakan variabel dependen yaitu Corporate Social Responsibility (CSR) atau disebut juga dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Dimana tanggung jawab sosial perusahaan diukur menggunakan CSR Disclosure atau pengungkapan CSR. Penelitian ini mengadopsi indikator penelitian dari Hackston dan Milne, (1996) dalam Lanis dan Richardson, 2013 yaitu menggunakan instrument interogasi, checklist, dan ketentuan keputusan yang relevan. Variabel independen pertama yang digunakan dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak. Untuk mengukur agresivitas pajak penelitian ini menggunakan variable dummy, yang disimbolkan menggunakan angka 1 apabila perusahaan melakukan agresivitas pajak dan 0 apabila perusahaan tidak melakukan agresivitas pajak. Variable independen dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak.

Untuk melihat apakah perusahaan melakukan agresivitas pajak dapat dilihat melalui persentase nilai dari Effective Tax Rates. Perusahaan yang melakukan agresivitas pajak dapat dilihat dari persentase nilai Effective Tax Rates (ETR). Return On Asset (ROA) merupakan salah satu bentuk dari rasio profitabilitas yang digunakan untuk menggambarkan kemampuan suatu perusahaan dapat menghasilkan laba. Hanafi dan Halim (2003) menjelaskan bahwa ROA merupakan rasio keuangan yang digunakan perusahaan yang berkaitan dengan profitabilitas berfungsi untuk mengukur kemampuan dari suatu perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan.

Populasi dan penentuan Sampel

Populasi pada penelitian ini terdiri dari seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2016-2017. Menggunakan metode *purpose sampling* sebagai metode pengambilan sampel, dengan beberapa kriteria yang telah ditetapkan. Beberapa kriteria tersebut diantaranya:

1. Perusahaan dengan kategori manufaktur yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2016-2017.
2. Perusahaan tidak mengalami kerugian
3. Perusahaan Melakukan *Corporate Social Responsibility*
4. Perusahaan manufaktur pada periode 2016-2017 melaporkan laporan tahunan
5. Dalam laporan tahunan menggunakan mata uang rupiah tidak menggunakan satuan mata uang asing

Dari beberapa kriteria yang telah ditentukan, peneliti mendapatkan sampel sebanyak 185 Perusahaan.

Metode Analisis

Dalam penelitian ini analisis regresi yang digunakan adalah Ordinary Least Square (OLS). Analisis regresi digunakan agar dapat mengetahui apakah antara variabel dependen saling mempengaruhi. fungsi dari pengujian menggunakan Ordinary Least Square (OLS) dalam penelitian ini adalah mengestimasi suatu garis regresi dengan jalan meminimalkan jumlah dari kuadrat kesalahan setiap observasi terhadap garis tersebut.

Model persamaan regresi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$TCSR = \alpha_0 + \beta_1 TAG_i + \beta_2 ROA_{3i} + \epsilon_i$$

Keterangan:

TCSR = total jumlah pengungkapan CSR pada laporan tahunan

α_0 = konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ = koefisien variabel

TAG = agresivitas pajak perusahaan

ROA = pendapatan sebelum pajak dibagi total asset

ϵ = nilai eror Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Variabel

Deskriptif pengungkapan CSR dapat menjelaskan mengenai ringkasan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau yang disebut juga dengan tanggung jawab sosial perusahaan baik tiap item maupun secara keseluruhan. Dalam penelitian ini pengungkapan tanggung jawab sosial diukur dengan menggunakan indeks pengungkapan CSR GRI-G4 yang terdiri kedalam beberapa kategori yaitu kategori ekonomi sebanyak 9 item, kategori lingkungan 34 item dan kategori social yang terbagi menjadi beberapa sub-kategori yaitu kategori hak asasi manusia sebanyak 12 item, kategori masyarakat 11 item, kategori tanggung jawab produk 9 item. Berikut adalah tabel yang menunjukkan ringkasan pengungkapan CSR secara keseluruhan.

No	Kategori	Jumlah Pengungkapan	Persentase Pengungkapan
1.	Ekonomi	900	20,5%
2.	Lingkungan	1414	32,2%
3.	Sosial		
	Sub-kategori: praktik tenaga kerja dan pekerjaan yang layak	1112	25,3%
	Sub-kategori: hak asasi manusia	227	5,2%
	Sub-kategori: masyarakat	421	9,6%
	Sub-kategori: tanggung jawab produk	316	7,2%
TOTAL		4390	100%

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2020

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif menjelaskan mengenai nilai minimum, maksimum, mean, dan standar deviasi yang ada dalam variabel penelitian. Berdasarkan pada tabel statistik deskriptif, Variable dependen pada penelitian ini adalah CSR yang merupakan total pengungkapan CSR perusahaan. Dalam mengukur pengungkapan CSR menggunakan indeks pengungkapan CSR G4. Dari hasil yang ditunjukkan oleh tabel variable CSR memiliki nilai minimum 0,0659 dan nilai maksimal 0,5934. Sedangkan nilai rata-rata variable CSR sebesar 0,2602 dan nilai standar deviasi sebesar 0,1115.

Variabel independen dalam penelitian adalah agrsivitas pajak (TAG) dan profitabilitas perusahaan yang disimbolkan dengan Return on Asset (ROA). Variabel agresivitas pajak diukur menggunakan variabel dummy, kode 1 penilaian untuk perusahaan yang melakukan agresivitas pajak sedangkan kode 0 merupakan penilaian untuk perusahaan yang tidak melakukan agresivitas pajak.

Variabel independen berikutnya adalah variable profitabilitas dalam penelitian ini diprosikan oleh Return On Asset (ROA) perusahaan. Nilai minimum pada variable ROA

adalah 0,0001 dan nilai maksimum sebesar 1,0925. Kemudian nilai rata-ratanya adalah 0,1117 sedangkan nilai standar deviasinya sebesar 0,1318.

Tabel 1
Statistik deksriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	185	.0659	.5934	.260236	.1115357
TAG	185	0	1	.58	.494
ROA	185	.0001	1.0925	.111763	.1318768
Valid N (listwise)	185				
Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	185	.0659	.5934	.260236	.1115357
TAG	185	0	1	.58	.494

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2020

Pembahasan Hasil Penelitian

Uji statistik t atau Uji signifikansi parameter individual digunakan dengan tujuan menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen ataupun jelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak dan return on asset. Sedangkan variabel dependen atau variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). Pada penelitian ini nilai t table yang digunakan adalah 1,65313 dan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Hasil pengujian hipotesis disajikan sebagai berikut .

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.283	.015		19.387	.000		
1 TAG	-.018	.017	-.081	-1.103	.271	.998	1.002
ROA	-.111	.071	-.115	-1.562	.120	.998	1.002

a. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data sekunder yang diolah SPSS, 2020

Berdasarkan hasil uji t menggunakan SPSS yang ditunjukkan pada tabel 4.11 dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Hipotesis 1 (H1) menyatakan bahwa agresivitas pajak (TAG) berpengaruh positif terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). Berdasarkan hasil dari pengolahan dengan SPSS yang ditunjukkan pada tabel 4.11 menunjukkan nilai koefisien sebesar -0,018, dan nilai t-statistik sebesar -1,103. Dari tabel tersebut juga dapat diketahui bahwa

nilai signifikansinya sebesar 0,27. Dengan hasil tersebut maka menunjukkan bahwa agresivitas pajak (TAG) berpengaruh negatif terhadap CSR karena nilai t hitung $< t$ tabel dan nilai signifikansi lebih dari 0,05. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang melakukan agresivitas pajak tidak akan/belum tentu mengungkapkan informasi CSR lebih banyak dari perusahaan yang tidak melakukan agresivitas pajak. Oleh karena itu, hipotesis satu (H1) ditolak.

2. Hipotesis 2 (H2) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR. Berdasarkan hasil yang ditunjukkan oleh tabel 4.11 dapat diketahui bahwa nilai koefisien sebesar -0,111 dengan nilai t -statistik sebesar -1,562 dan nilai signifikansi sebesar 0,120. Dengan hasil tersebut maka menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan CSR. Karena nilai nilai t hitung $< t$ tabel dan nilai signifikansi lebih dari 0,05. Oleh sebab itu, hipotesis dua (H2) tidak didukung.

Berdasarkan uraian diatas, dapat diketahui hasil persamaan regresi adalah:

$$TCSR = 0,283 - 0,018TAG - 0,111\beta ROA3i$$

KESIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini adalah agar dapat menguji dan memahami apakah dapat ditemukan pengaruh agresivitas pajak dan profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility(CSR). Penelitian ini menggunakan total sampel sebanyak 185 perusahaan yang termasuk kedalam kategori manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode tahun 2016-2017. Hasil dari penelitian ini adalah:

1. Bersumber dari data yang dihasilkan oleh penelitian yang telah dilakukan dan dijelaskan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan melalui hasil uji statistik t bahwa variabel independen pertama yaitu agresivitas pajak tidak berpengaruh secara positif terhadap CSR. Kesimpulan ini dapat menjelaskan bahwa apabila nilai agresivitas pajak semakin tinggi maka tidak atau belum tentu suatu korporasi akan melaporkan informasi terkait CSR dengan lebih lengkap. Hasil dari penelitian ini tidak mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Lanis dan Richardson (2013) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan terhadap pengungkapan CSR.
2. Berdasarkan hasil dari uji statistik yang dilakukan pada hipotesis dua dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa hipotesis dua tidak didukung. Hasil dari uji statistik t menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif pada tingkat profitabilitas terhadap pengungkapan informasi CSR.

REFERENSI

- Aerts, W., & Cormier, D. (2009). "Media legitimacy and corporate environmental communication". *Accounting, Organizations and Society*, 34(1), 1–27.
- Bowman, E. H., & Haire, M. (1976). "Social impact disclosure and corporate annual reports". *Accounting, Organizations and Society*, 1(1), 11–21.
- Braithwaite, J. (2005). "Markets in Vice, Markets in Virtue".
- Chariri, A. (2008). "Kritik Sosial Atas Pemakaian Teori Dalam Penelitian Pengungkapan Sosial Dan Lingkungan".
- Cho, C. H., Roberts, R. W., & Patten, D. M. (2010). "The language of US corporate environmental disclosure". *Accounting, Organizations and Society*, 35(4), 431–443.
- Clarkson, P. M., Li, Y., Richardson, G. D., & Vasvari, F. P. (2008). "Revisiting the relation between environmental performance and environmental disclosure: An empirical analysis. *Accounting, Organizations and Society*", 33(4–5), 303–327.
- Cowen, S. S., Ferreri, L. B., & Parker, L. D. (1987). "The impact of corporate characteristics on social responsibility disclosure: A typology and frequency-based analysis". *Accounting, Organizations and Society*, 12(2), 111–122.
- Deegan, C. (2002). "Introduction. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*", 15(3), 282–311.

- Deegan, C., Rankin, M., Deegan, C., & Rankin, M. (1996). "Do Australian companies objectively report environmental news? An analysis of environmental disclosures by firms successfully prosecuted by the Environmental Protection Authority", 9(2), 50–67.
- Deegan, C., Rankin, M., & Tobin, J. (2002). "An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983-1997: A test of legitimacy theory". *Accounting, Auditing & Accountability Journal* (Vol. 15).
- Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). "Organizational Legitimacy: Social Values and Organizational Behavior". *The Pacific Sociological Review*, 18(1), 122–136.
- Dyreng, S. D., Hanlon, M., & Maydew, E. L. (2008). "Long-Run Corporate Tax Avoidance". *The Accounting Review*, 83(1), 61–82.
- Francis, J., Nanda, D., & Olsson, P. (2008). "Voluntary disclosure, earnings quality, and cost of capital". *Journal of Accounting Research*, 46(1), 53–99.
- Gaver, J. J., & Gaver, K. M. (1993). "Additional evidence on the association between the investment opportunity set and corporate financing, dividend, and compensation policies". *Journal of Accounting and Economics*, 16(1–3), 125–160.
- Ghozali, I. (2013). "APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE DENGAN PROGRAM IBM SPSS 21". (Prayogo P. Harto, Ed.) (7th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- 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.
- Hackston, D., & Milne, M. J. (1996). "Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand companies". *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 9(1), 77–108.
- Hartnett, D. (2008). "The Link between Taxation and Corporate Governance". *Tax and Corporate Governance*, 3, 3–8.
- Kamil, A., & Herusetya, A. (2012). "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan Corporate Social Responsibility". *Media Riset Akuntansi*, 2(1), 1–17.
- Lang, M., & Lundholm, R. (1996). "Corporate Disclosure Policy And Analyst Behavior". *Accounting Review*, 71(4), 467–492.
- Lanis, R., & Richardson, G. (2013). "Corporate social responsibility and tax aggressiveness: a test of legitimacy theory". *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 26(1), 75–100.
- Leftwich, R. W., Watts, R. L., & Zimmerman, J. L. (1981). "Voluntary corporate disclosure: The case of interim reporting". *Journal of Accounting Research*, 19(Supplement), 85–88.
- Lennox, C., Lisowsky, P., & Pittman, J. (2013). "Tax Aggressiveness and Accounting Fraud". *Journal of Accounting Research*, 51(4), 739–778.
- Murray, A., Sinclair, D., Power, D., & Gray, R. (2006). "Do financial markets care about social and environmental disclosure? Further evidence and exploration from the UK". *Accounting, Auditing & Accountability Journal* (Vol. 19).
- Newson, M., & Deegan, C. (2002). "Global expectations and their association with corporate social disclosure practices in Australia, Singapore, and South Korea". *International Journal of Accounting*, 37(2), 183–213.
- Octaviana, N. E., & Rohman, A. (2014). "Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Corporate Social Responsibility: Untuk Menguji Teori Legistimasi". *Diponegoro Journal of Accounting*, 3(2), 1–12.
- Omran, M. a., & Ramdhony, D. (2015). "Theoretical Perspectives on Corporate Social Responsibility Disclosure: A Critical Review". *International Journal of Accounting and Financial Reporting*, 5(2), 38.
- Putri, R. W. E. (2014). "Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility". *Igarss 2014*, (1), 1–5.
- Rose, J. M. (2007). "Corporate directors and social responsibility: Ethics versus shareholder value". *Journal of Business Ethics*, 73(3), 319–331.
- Schön, W. (2008). "Tax and Corporate Governance: A Legal Approach. Tax and Corporate Governance", 3(1997), 31–61.

- Sikka, P. (2010). "Smoke and mirrors: Corporate social responsibility and tax avoidance. *Accounting Forum*", 34(3–4), 153–168.
- Suryowati, E., " Terkuak, Modus Penghindaran Pajak Perusahaan Jasa Kesehatan Asal Singapura". 2016.
<https://money.kompas.com/read/2016/04/06/203829826/Terkuak.Modus.Penghindaran.Pajak.Perusahaan.Jasa.Kesehatan.Asal.Singapura>.
- Wardhani, R. A. (2017) "PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK, UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY".(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2015)
- Williams, S. M. (1999). "Voluntary environmental and social accounting disclosure practices in the Asia-Pacific region: an international empirical test of political economy theory. *The International Journal of Accounting*", 34(2), 209–238.
- Wijaya, A., Loppies, Sukma N., Riza B. "Prahara Pajak Raja Otomotif". 2014.
<https://majalah.tempo.co/read/investigasi/145213/prahara-pajak-raja-otomotif>.
- Yosida, S. P. (2016). "Corporate Social ResponsibilityPENGARUH AGRESIVITAS PAJAK, UKURAN PERUSAHAAN DAN LEVERAGE TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2014)".
- Zeng, T. (2012). "Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness. *American Accounting Association Annual Meeting - Tax Concurrent Sessions*",1–50.