

PENGARUH HUBUNGAN POLITIK DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK

Dzulfikar Satria Pinandito, Agung Juliarto¹

Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedarto SH Tembalang, Semarang 50239, dzulfikarsatria@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of political connection and corporate social responsibility on corporate tax aggressiveness. In this study, several control variables were used, namely firm size, leverage, and capital intensity.

The population of this study is made up of manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2017–2019 period. The purposive sampling method was used to determine the sample in this study and obtained 79 companies, or 237 observations. This study uses the multiple regression analysis method to analyze the data.

In this study, it was found that companies with board members, either commissioners or directors, having political connections tend to avoid tax aggressiveness and are more compliant with tax payments. The results of the study contradict the first hypothesis that was set. Meanwhile, the second hypothesis was accepted. Companies actively engaged in Corporate Social Responsibility activities tend to be more aggressive in terms of taxation.

Keywords: political connection, corporate social responsibility, and tax aggressiveness

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi Indonesia tidak dapat dipisahkan dari bidang perpajakan. Pajak memiliki peran yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi, yaitu sebagai kontributor utama dan terbesar terhadap pendapatan negara. Pajak penghasilan, yang merupakan kewajiban hukum bagi perorangan dan badan usaha yang besarannya diatur pada Pasal 17 Undang-undang No.36 tahun 2008. Penerimaan pajak ini telah menunjukkan tren peningkatan yang berkelanjutan dalam pendapatan riil yang dipungut. Namun tren positif ini tidak selalu berarti tercapainya target APBN yang terus meningkat. Pajak merupakan beban bagi perusahaan karena mengurangi laba bersih. Oleh karena itu, semakin besar pendapatan perusahaan, maka semakin besar pula pajak yang harus dibayarkan (Iswari 2019). Perusahaan memiliki kecenderungan melakukan aktivitas agresivitas pajak dengan mengatur laba dengan cara mengurangnya agar dapat meminimalisir pajak yang harus dibayarkan (Chen dkk. 2010).

Frank dkk. (2009) memberikan definisi pengajuan pajak agresif sebagai praktik memanipulasi pendapatan yang dapat dikenakan pajak untuk mengurangnya dengan perencanaan pajak, yang bisa saja dianggap sebagai penghindaran pajak ataupun bukan. Menurut Timothy (2010), efektivitas pajak perusahaan dapat dipertimbangkan dalam dua cara. Metode pertama adalah menggunakan langkah-langkah legal yang diizinkan oleh hukum saat ini yang disebut penghindaran pajak, dan metode kedua adalah menggunakan langkah-langkah yang tidak diizinkan secara hukum atau sering kali disebut sebagai *tax shelter*.

Adaro, sebuah perusahaan pertambangan besar di Indonesia, dituduh memanfaatkan anak perusahaannya yang berbasis di Singapura, Coaltrade Services International, untuk

¹ Corresponding author

mengatur skema penghindaran pajak. Dengan mengalihkan sejumlah besar uang ke negara bebas pajak, Adaro diduga meminimalkan beban pajaknya kepada pemerintah Indonesia, sehingga berpotensi mengurangi pendapatan tahunan negara sebesar \$14 juta.

Li dkk. (2016) berpendapat bahwa adanya hubungan politik dalam manajemen suatu perusahaan dapat membantu meminimalkan pajak yang dibayarkan. Sedangkan menurut Faccio (2006) Perusahaan yang apabila salah satu dari pemegang saham ataupun salah satu dari pihak eksekutifnya merupakan seorang anggota dari parlemen, Menteri ataupun berhubungan dengan para politikus dan juga partai politik dianggap sebagai entitas yang terlibat hubungan politik. Di Indonesia sendiri hubungan politik merupakan hal yang lazim terjadi pada struktur organisasi perusahaan BUMN (Pranoto dkk. 2016), karena cukup banyak politisi yang dipilih oleh pemerintah untuk menjadi komisaris perusahaan BUMN. Berdasarkan penelitian dari Wahab dkk. (2017), terdapat pengaruh positif antara hubungan politik yang dimiliki perusahaan dengan agresivitas pajak, berdasarkan temuan tersebut perusahaan yang memiliki hubungan politik lebih agresif terhadap pajak.

Pembayaran pajak tidak hanya sekadar kewajiban, tetapi juga merupakan bentuk kontribusi etis perusahaan terhadap kemajuan bangsa. Kontribusi ini dapat membuka jalan bagi pembangunan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan temuan Lanis dan Richardson (2012) yang membantu menekankan pandangan bahwa CSR adalah kegiatan inti yang dapat digunakan perusahaan untuk mendukung status perpajakan mereka. Penyampaian informasi perihal pertanggungjawaban sosial perusahaan (CSR) dianggap bisa jadi menciptakan reputasi yang cemerlang bagi entitas yang pada akhirnya juga mendapat tanggapan positif dari berbagai pihak termasuk *stakeholder* (Anggita dkk. 2019).

Penelitian Lanis dan Richardson (2012) tentang hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan agresivitas pajak menemukan bukti adanya hubungan negatif. Mereka menemukan bahwa perusahaan yang lebih terbuka dalam mengungkapkan kegiatan CSR cenderung memiliki tingkat kepatuhan pajak yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa komitmen terhadap CSR mungkin dikaitkan dengan pendekatan yang lebih etis terhadap masalah perpajakan. Studi lain oleh Laguir dkk. (2015) mendapati temuan serupa, hasilnya menunjukkan bahwa aktivitas perpajakan agresif suatu perusahaan dipengaruhi oleh karakteristik upaya *Corporate Social Responsibility* (CSR). Tingkat CSR sosial yang lebih tinggi berhubungan dengan lebih sedikit agresi keuangan. Namun, jika aspek ekonomi dari CSR meningkat, tarif pajak cenderung lebih tinggi.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Teori Keagenan

Teori keagenan menjelaskan bagaimana kekuasaan didistribusikan dalam organisasi. Teori ini berfokus pada hubungan antara prinsipal yang memiliki modal serta kendali, dan agen yang menjalankan tugas dan membuat keputusan. Hubungan kontraktual ini, didefinisikan oleh Jensen dan Meckling (1976). Teori agensi berpendapat bahwasannya agen memiliki kecenderungan berperilaku yang mementingkan individunya sendiri, tindakan tersebut dapat bertentangan dengan kepentingan pemilik modal. Ketika kepentingan baik prinsipal maupun agen tidak sejalan dan ketika prinsipal kurang memiliki informasi untuk mengevaluasi perilaku agen secara akurat, ini dapat mengakibatkan masalah agensi (Eisenhardt dkk. 1989).

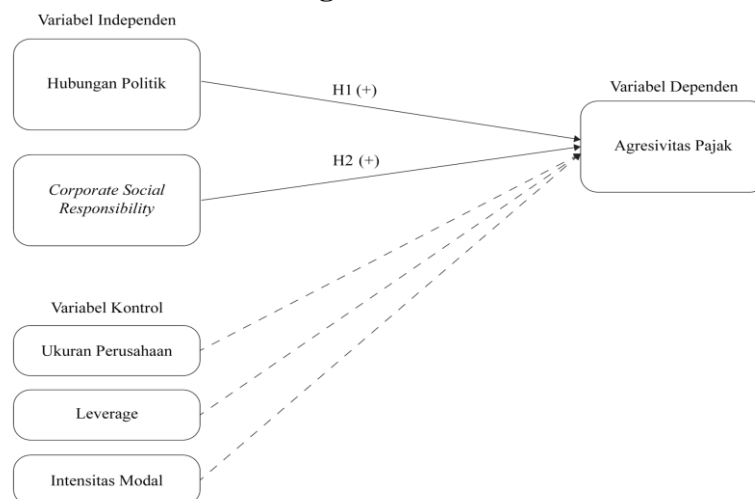
Secara khusus, teori keagenan berfokus pada interaksi antara manajer dan *shareholder*, sedangkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berfokus terkait korelasi perusahaan dan juga banyak pemangku kepentingan seperti lembaga pemerintah, kelompok politik, serikat pekerja, pelanggan, karyawan, dan masyarakat (Lanis and Richardson 2011). Aktivitas perusahaan berdampak timbulnya tekanan dari beberapa pihak mendorong

perusahaan untuk memiliki tanggung jawab terhadap berbagai kelompok, bukan hanya pemegang saham dan pemberi kredit. Keharusan melaksanakan kegiatan CSR di Indonesia mendorong perusahaan, terutama yang memiliki hubungan politik untuk mematuhi regulasi pemerintah. Terdapat relasi yang saling menguntungkan antara perusahaan dan pemerintah di mana aktivitas sosial perusahaan digunakan sebagai upaya dalam mendapatkan dukungan politik yang berkelanjutan dari pemerintah (Huang dan Zhao 2016). Hal tersebut membuat prinsipal memberikan wewenang kepada agen dalam menentukan aktivitas pertanggungjawaban sosial entitas mereka. Namun, perusahaan yang memiliki koneksi politik dapat saja terjadi konflik keagenan yang disebabkan direktur dengan pengaruh politik mungkin mengutamakan kepentingannya sendiri (Rahman dan Ismail 2016).

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran mengilustrasikan interaksi antara variabel-variabel penelitian dalam format diagram. Dalam studi ini digunakan variabel dependen, variabel independen, dan variabel kontrol.

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



Pengaruh Hubungan Politik terhadap Agresivitas Pajak

Perusahaan tidak dapat beroperasi tanpa adanya hubungan dengan pemangku kepentingannya, seperti pemegang saham, pemerintah, dan masyarakat. Perusahaan dengan hubungan politik dapat memanfaatkan hubungan tersebut untuk keuntungannya. Namun, hal ini dapat bertentangan dengan kepentingan pemilik modal yang tidak ingin perusahaannya melakukan pelanggaran. Perbedaan kepentingan ini dapat menyebabkan konflik antara pemilik modal dan manajemen perusahaan.

Adanya hubungan politik dalam suatu perusahaan bisa membawa dampak positif maupun negatif terhadap tingkat agresivitas pajak perusahaan (Pranoto dkk. 2016). Hubungan politik ini biasanya digunakan oleh perusahaan untuk mendapatkan perlakuan khusus dari regulator, termasuk dalam konteks perpajakan. Kim dan Zhang (2016) berpendapat, entitas yang mempunyai keterkaitan politik lebih condong menunjukkan sikap agresif dalam masalah perpajakan, karena disebabkan kemungkinan perusahaan memiliki risiko deteksi lebih rendah dari otoritas pajak, informasi yang lebih baik mengenai regulasi yang ada, dan cenderung mengambil risiko yang lebih tinggi. Oleh karena itu, perusahaan yang memiliki hubungan politik di dewan komisaris atau dewan direksinya cenderung akan memanfaatkan hubungan tersebut untuk keuntungan perusahaan. Manajemen perusahaan

akan berusaha meminimalkan pembayaran pajak untuk meningkatkan laba perusahaan dengan memanfaatkan hubungan politik yang dimiliki perusahaan. Berdasarkan penjelasan ini, maka ditentukan prediksi yang pertama ialah:

H1: Hubungan politik berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak

Adanya kegiatan CSR merupakan upaya perusahaan untuk memperoleh dukungan dan juga kesan baik dari lingkungan serta masyarakat, karena masyarakat juga merupakan salah satu *stakeholder* perusahaan. Dengan adanya dukungan dan kesan baik dari masyarakat, hal tersebut dapat dikatakan bahwa perusahaan berusaha untuk menjaga citra baik mereka. Pemilik modal memberikan wewenang kepada manajer untuk menentukan kegiatan CSR perusahaan sebagai tindakan pertanggungjawaban terhadap lingkungan. Perusahaan juga bertanggung jawab secara sosial kepada masyarakat dengan melakukan pembayaran pajak kepada pemerintah. Hal tersebut merupakan salah satu kontribusi perusahaan terhadap negara. Karena pajak menjadi salah satu bentuk beban yang dimiliki perusahaan, sehingga akan menurunkan laba yang didapat perusahaan.

Tindakan meminimalkan pembayaran pajak perusahaan ini dapat menimbulkan dampak buruk, seperti menurunkan reputasi perusahaan sehingga juga akan menurunkan kepercayaan *stakeholder* mereka dan yang paling buruk dapat menghentikan operasi perusahaan (Lanis and Richardson 2012). Manajer yang berusaha mendapatkan keuntungan untuk dirinya sendiri dengan melakukan penghindaran pajak, mereka memanfaatkan kegiatan CSR yang dirancang oleh manajemen untuk menutupi tindakan mereka tersebut (Zeng 2019). Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan adanya korelasi positif antara praktik CSR perusahaan dengan agresivitas pajak. Penelitian dari Davis dkk. (2016) menunjukkan perusahaan yang aktif dalam tanggung jawab sosial cenderung membayar pajak lebih rendah dibandingkan perusahaan yang lain. Manajer perusahaan menganggap bahwa pembayaran pajak perusahaan bukan merupakan bagian dari kegiatan CSR. Perusahaan yang banyak berinvestasi dalam CSR mungkin lebih bersedia untuk terlibat dalam praktik perpajakan yang agresif, menggunakan CSR untuk mengimbangi persepsi negatif dan melindungi reputasi mereka. Hipotesis kedua kami:

H2: CSR perusahaan berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak

METODE PENELITIAN

Variabel Dependen

Studi ini menganalisis tindakan pajak agresif yang dilakukan perusahaan untuk mengurangi tagihan pajak mereka. Untuk mengukur fenomena ini, kami menggunakan Tarif Pajak Efektif (ETR) sebagai indikator utama. Perusahaan dikatakan agresif terhadap pajak apabila nilai ETR-nya rendah (Lanis and Richardson 2012). Penggunaan proksi ETR ini mengikuti pendekatan yang diterapkan oleh Lanis dan Richardson (2012) yaitu:

$$ETR = \frac{\text{beban pajak penghasilan}}{\text{laba sebelum pajak}}$$

Variabel Independen

Studi ini menganalisis dua faktor yang dapat mempengaruhi praktik agresivitas pajak, yaitu hubungan politik dan kepatuhan perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Hubungan Politik

Dalam riset ini, keterkaitan politik diukur menggunakan metode pengukuran yang mirip dengan yang digunakan dalam studi oleh Wahab dkk. pada tahun 2017. Skor diberikan kepada perusahaan yang menunjukkan keterkaitan politik (skor 1), sementara yang tidak memiliki koneksi semacam itu mendapat nilai 0. Suatu perusahaan dianggap terkait secara politik jika salah satu anggota komisaris atau direksinya memiliki posisi di parlemen, kementerian pemerintah, atau merupakan bagian dari partai politik.

Corporate Social Responsibility

Penelitian ini menggunakan indikator pengungkapan CSR yang sama dengan yang digunakan dalam studi Sembiring (2005), yang telah disesuaikan dengan konteks Indonesia dan selaras dengan standar GRI. Elemen pengungkapan untuk CSR disusun dalam tujuh kelompok yang keseluruhannya terdapat 78 poin: 13 poin dalam kategori lingkungan, 7 poin dalam energi, 8 poin terkait kesehatan dan keselamatan kerja, 29 poin yang mencakup aspek tenaga kerja lainnya, 10 poin terkait produk, 9 poin yang mengenai keterlibatan komunitas, dan 2 poin tentang aspek umum.

Pengungkapan oleh perusahaan mendapat poin 1, sedangkan poin 0 diberikan apabila terdapat item yang tidak diungkapkan. Hasil pengungkapan item tersebut dihitung indeksnya dengan menggunakan proksi CSRI yang dihitung dengan formula berikut ini:

$$CSRI_i = \frac{\sum X_{yi}}{n_i}$$

Keterangan:

CSRI_i : Indeks luas pengungkapan CSR perusahaan

$\sum X_{yi}$: Skor 1 = apabila diungkapkan item y; skor 0 = apabila tidak diungkapkan item y

n_i : Jumlah item yang diungkapkan perusahaan i, ≤ 78

Variabel Kontrol

Ukuran Perusahaan

Sebagaimana yang terdapat dalam penelitian Lanis dan Richardson (2012) ukuran perusahaan bisa dihitung menggunakan logaritma natural dari keseluruhan aset perusahaan, di bawah ini rumus yang dipakai:

$$Size = \ln \text{ total aset}$$

Leverage

Leverage menandakan sejauh mana perusahaan menggunakan utang jangka panjang relatif terhadap total asetnya (Lanis & Richardson, 2012), *leverage* perusahaan bisa dihitung dengan menggunakan metode berikut ini:

$$LEV = \frac{\text{hutang jangka panjang}}{\text{total aset}}$$

Intensitas Modal

Intensitas modal yang lebih tinggi menunjukkan bisnis yang lebih padat aset, sedangkan nilai yang lebih rendah menunjukkan model bisnis yang lebih padat karya. Berdasarkan studi dari Lanis dan Richardson (2012), pengukuran intensitas modal dapat dilakukan melalui cara di bawah:

$$CINT = \frac{\text{Total aset tetap bersih}}{\text{Total aset}}$$

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian mencakup semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2017-2019. Teknik *purposive sampling* digunakan

dalam proses pengambilan sampel dari populasi perusahaan manufaktur. Untuk konteks studi ini, sejumlah kriteria berikut dipakai sebagai dasar pemilihan sampel:

1. Melaporkan laporan tahunan secara lengkap dan konsisten untuk tahun 2017 sampai dengan 2019.
2. Melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan.
3. Tidak mengalami kerugian selama periode yang diteliti.
4. Dalam laporan tahunan perusahaan memakai satuan rupiah.
5. Memiliki tingkat *Effective Tax Rate* (ETR) antara 0 hingga 1 untuk memudahkan analisis.

Metode Analisis

Dalam menguji hipotesis studi ini digunakan regresi linear berganda, model persamaan regresi berganda untuk studi ini yaitu sebagai berikut:

$$TAG_{it} = \alpha_0 + \beta_1 PC_{it} + \beta_2 CSR_{it} + \beta_3 SIZE_{it} + \beta_4 LEV_{it} + \beta_5 CAPINT_{it} + e$$

Keterangan:

TAG_{it}	= Agresivitas perusahaan yang diproksikan melalui ETR
α_0	= Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$	= Koefisien regresi
PC_{it}	= Hubungan politik perusahaan
CSR_{it}	= Pengungkapan item CSR perusahaan
$SIZE_{it}$	= Ukuran perusahaan
LEV_{it}	= <i>Leverage</i>
$CAPINT_{it}$	= Intensitas modal
e	= Error

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

Sebanyak 237 sampel, berasal dari perusahaan yang telah tercatat di *Indonesia Stock Exchange* dari periode 2017 sampai 2019, pada akhirnya dikumpulkan melalui metode purposive sampling. Untuk menyaring sampel, kriteria di bawah ini digunakan dan hasilnya diperoleh:

Tabel 1
Penentuan Sampel

No.	Kriteria Penentuan Sampel	Jumlah
1.	Perusahaan manufaktur yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia kurun waktu 2017-2019	153
2.	Perusahaan tidak mencantumkan laporan CSR dalam laporan tahunan	(2)
3.	Memiliki laba negatif pada periode yang ditentukan	(41)
4.	Tidak mencantumkan laporan tahunan dalam satuan rupiah	(22)
5.	Data tidak komplit	(9)
	Jumlah perusahaan sampel	79
	Jumlah data sampel periode 2017-2019 (79x3)	237

Analisis Statistik Deskriptif

Memberi pemahaman terhadap suatu data terkait penelitian merupakan tujuan dilakukannya analisis statistik deskriptif (Ghozali 2016). Dalam konteks penelitian ini, analisis tersebut memberikan gambaran mengenai berbagai parameter data, seperti

nilai minimum (min), kemudian nilai maksimum (max), nilai rata-rata (mean), dan deviasi standar.

Tabel 2
Statistik Deskriptif

Variabel	Total sampel	Nilai minimum	Nilai maksimum	Nilai rata-rata	Deviasi standar
ETR	237	0,010	0,937	0,266	0,171
CSR	237	0,038	0,603	0,239	0,099
SIZE	237	25,216	37,312	28,665	1,845
CAPTINT	237	0,001	0,808	0,447	0,170
LEV	237	0,083	1,947	0,397	0,230

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2023

Tabel 3
Statistik Deskriptif Variabel Dummy – Distribusi Frekuensi Variabel Hubungan Politik

Kategori	Frekuensi	Persentase
Tidak terdapat hubungan politik (0)	153	64,6
Terdapat hubungan politik (1)	84	35,4
Total	237	100,0

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2023

Agresivitas pajak yang ada di penelitian ini diukur memakai proksi *Efective Tax Rate* (ETR) didapati nilai minimum yaitu 0,010 dengan nilai maksimum 0,937. Nilai rata-rata perusahaan sektor manufaktur adalah sekitar 0,266 dengan deviasi standar di angka 0,171 yang posisinya ada di bawah nilai rata-ratanya. Hal ini berarti rata-rata tersebut mencerminkan data dengan baik.

Pada tabel 3 ditunjukkan distribusi frekuensi dari variabel independen yang pertama yaitu hubungan politik atau POLCON. Dalam hal koneksi politik, dari keseluruhan 237 sampel hanya 35,4% perusahaan yang memiliki koneksi tersebut, dan 64,6% tidak memiliki koneksi tersebut pada anggota komisaris maupun direksinya.

Variabel independen yang kedua adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR), di mana nilai minimum variabel CSR sebesar 0,038 dan nilai maksimumnya adalah sebesar 0,603. Variabel independen CSR memiliki nilai mean sekitar 0,239. Untuk deviasi standarnya adalah sebesar 0,099, menandakan bahwa nilai deviasi standar CSR di bawah nilai rata-ratanya. Berdasar temuan tersebut, diketahui nilai rata-rata variabel bebas CSR dapat merepresentasikan keseluruhan data secara baik.

Digunakan tiga variabel kontrol pada studi ini dan diatur sedemikian rupa sehingga faktor luar yang tidak disertakan ke penelitian tidak memengaruhi dampak variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel kontrol pertama, ukuran perusahaan (SIZE) yang memiliki nilai terendah sebesar 25,216 dan nilai tertinggi tercatat sebesar 37,312. Nilai rata-rata ukuran perusahaan adalah 28,665, dengan deviasi standar di angka 1,845. Hasil ini menunjukkan nilai rata-rata variabel kontrol ukuran perusahaan dapat merepresentasikan seluruh data dengan baik. Variabel kontrol yang kedua adalah leverage (LEV), dengan nilai terendah yaitu 0,083 dan nilai tertingginya sebesar 0,999. Nilai rata-rata variabel leverage berada di angka 0,389, sementara deviasi standarnya sebesar 0,192. Dengan kata lain,

nilai rata-rata dari leverage bisa secara baik menggambarkan data secara keseluruhan. Variabel kontrol yang terakhir dimasukkan yaitu intensitas modal (CAPTINT) yang mempunyai nilai terkecil di angka 0,001 sedangkan nilai maksimumnya di angka 0,808. Nilai rata-rata untuk intensitas modal adalah sebesar 0,447 dengan nilai deviasi standar dari intensitas modal yaitu 0,170. Terminus tersebut mengindikasikan nilai rata-rata intensitas modal berada di atas deviasi standarnya, maka dapat dikatakan nilai rata-rata variabel kontrol intensitas modal merupakan representasi cukup baik dari seluruh data.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk memeriksa apakah variabel residual atau variabel pengganggu dalam model regresi terdistribusi normal (Ghozali 2016). Penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov untuk melihat apakah data sesuai aturan (terdistribusi normal). Apabila nilai *Asymp. Sig.* pada tabel di bawah ini di atas 0,05, maka dapat diasumsikan bahwasanya data cenderung terdistribusi secara normal.

Tabel 4
Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		237
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,00000000
	Std. Deviation	,67429602
Most Extreme Differences	Absolute	,042
	Positive	,023
	Negative	-,042
Test Statistic		,042
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2023

Dalam tes yang dilakukan di atas data memperoleh nilai *Test Statistic* di angka 0,42, dengan nilai signifikansi 0,200. Maka dari itu, nilai signifikansi 0,200 melebihi 0,05, dapat dikatakan tidak ada masalah Normalitas residual pada model regresi yang dipakai dalam penelitian.

Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dirancang agar bisa menilai adakah korelasi dengan tingkatan tinggi untuk variabel bebas pada suatu model regresi. Dalam menilai kehadiran multikolinearitas dalam model regresi, dapat merujuk pada nilai toleransi (*tolerance*) serta menggunakan nilai VIF (*variation inflation factor*). Batasan nilai yang direkomendasikan dalam mendeteksi multikolinearitas melalui nilai $tolerance \leq 0,10$ dan nilai $VIF \geq 10$.

Tabel 5
Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
POLCON	0,735	1,360
CSR	0,810	1,235
SIZE	0,667	1,498
LEV	0,973	1,027
CAPTINT	0,909	1,101

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2023

Menurut tabel 5 hasil Uji Multikolinearitas yang menunjukkan nilai *tolerance* dan *variance inflation factor*, di mana berdasarkan hasil tersebut mengindikasikan tidak adanya masalah Multikolinearitas pada model regresi yang digunakan. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai VIF untuk setiap variabel penelitian yang digunakan lebih kecil dari 10. Selain itu, nilai *Tolerance* dari setiap variabel juga melebihi 0,10.

Uji Autokorelasi

Pemeriksaan autokorelasi menilai adakah korelasi antara residual suatu model regresi dalam jangka waktu tertentu dengan residual pada period yang lebih lama. Suatu model regresi dianggap memiliki masalah autokorelasi jika ada korelasi yang signifikan antar periode tersebut. Model regresi yang adalah yang tidak terdapat autokorelasi (Ghozali 2016).

Tabel 6
Uji Autokorelasi

Deskripsi	Unstandardized Residual
Total Cases	237
Z	-1,367
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,172

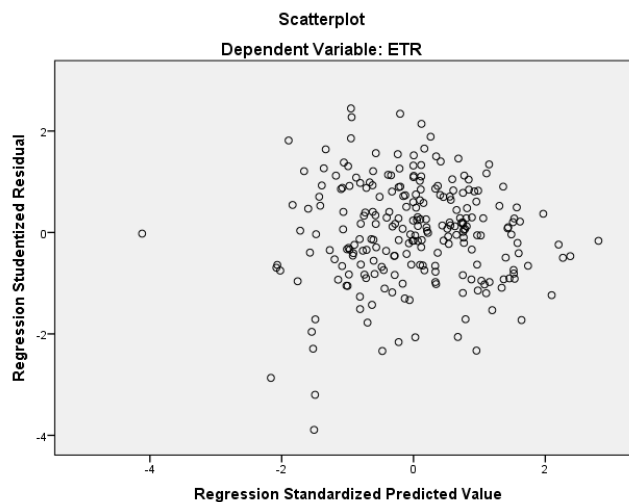
Sumber: Data sekunder yang diolah, 2023

Untuk melihat masalah autokorelasi atau terdapat korelasi antar variabel dalam penelitian, dijalankan uji autokorelasi menggunakan metode *Run Test*. Berdasarkan hasil *run test* pada tabel di atas terlihat bahwa model regresi yang digunakan menunjukkan hasil signifikan diatas 0,05. Hal ini menunjukkan tidak terdapat masalah autokorelasi pada model regresi. Model regresi yang digunakan mempunyai nilai *Asymp. sig. (2-tailed)* sebesar 0,172, yang melebihi nilai signifikansi 0,05.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah ada perbedaan atau ketidakseragaman dalam varians nilai residual pada model regresi dalam penelitian (Ghozali 2016). Dalam penelitian ini, untuk mengetahui ada tidaknya gejala Heteroskedastisitas digunakan *scatterplot* sebagai pengukuran.

Gambar 1
Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data sekunder yang diolah, 2023

Berdasarkan *scatterplot* di atas yang merupakan hasil Uji Heteroskedastisitas pada model regresi, disimpulkan tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas pada model model tersebut, sehingga dapat disebut bahwa model ini memenuhi asumsi Homoskedastisitas. Tidak adanya gejala Heteroskedastisitas dapat ditunjukkan dengan mengamati sebaran titik-titik pada grafik yang berada secara acak di sekitar angka 0 (nol) pada sumbu Y, tanpa membentuk pola yang spesifik. Dengan demikian, bisa dipahami apakah model regresi yang digunakan dapat mengestimasi agresivitas pajak dengan hubungan politik dan CSR sebagai input dari variabel independen.

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi digunakan untuk menilai sejauh mana model dapat menjelaskan sberapa berpengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen yang dapat dipresentasikan dengan nilai *Adjusted R Square* (Ghozali 2016). Menurut Ghozali (2016), apabila nilai koefisien determinasi mendekati 1 dan jauh dari 0 maka variabel independen tersebut memiliki kemampuan untuk memberikan sebagian besar informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Tabel 7
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,395	0,156	0,137	0,68155

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2023

Meskipun koneksi politik, CSR, ukuran perusahaan, *leverage*, dan intensitas modal menjelaskan 13,7% agresivitas pajak, masih banyak hal yang belum diketahui. Faktor-faktor lain, yang tidak diikutsertakan ke dalam model, memegang kunci untuk memahami sisa 86,3% variasi tersebut.

Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Dilakukannya Uji F bertujuan untuk menilai pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan pada model regresi (Ghozali 2016). Jika nilai signifikansi $F < 0,05$, hal itu menunjukkan variabel independen dianggap berpengaruh secara signifikan bagi variabel terikat dalam penelitian.

Tabel 8
Uji Statistik F

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	19,799	5	3,960	8,525	0,000

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2023

Dari tabel hasil Uji Statistik F di atas, terlihat bahwa dalam model regresi yang digunakan memiliki nilai F sebesar 8,525. Nilai signifikansi dari model regresi yang digunakan yaitu sebesar 0,000, nilai tersebut lebih rendah dari 0,05. Ini berarti bahwa secara bersama-sama semua variabel independen yang terdapat dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Uji Statistik t

Dilakukannya Uji statistik t bertujuan untuk ini memberi tahu variabel mana yang memiliki dampak signifikan secara statistik terhadap variabel terikat, yang berarti variabel

tersebut cukup kuat untuk menjelaskan variasinya. Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05, apabila nilai signifikansi pada Uji t melebihi 0,05, maka prediksi dalam penelitian ditolak.

Tabel 9
Uji Statistik t

Variabel	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	-1,315	3,006	-0,438	0,662
POLCON	0,548	0,108	5,076	0,000
CSR	-0,311	0,104	-2,999	0,003
SIZE	-0,295	0,879	-0,336	0,738
LEV	-0,256	0,082	-3,119	0,002
CAPTINT	0,207	0,078	2,641	0,009

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil regresi pada tabel di atas variabel hubungan politik (POLCON) memiliki nilai signifikansi 0,000. Di sisi lain, variabel CSR nilai signifikansi sebesar 0,003. Kedua variabel independen, hubungan politik dan CSR, signifikan pada tingkat 0,05.

Variable kontrol yang terdapat pada penelitian ini terdapat 3 macam yaitu ukuran perusahaan (SIZE) tingkat signifikansinya 0,738. Untuk variabel kontrol yang kedua yaitu *leverage*, dengan dan tingkat signifikansinya 0,002. Dan untuk variabel kontrol yang ketiga yaitu intensitas modal memiliki signifikansi sebesar 0,009. Variabel *leverage* dan intensitas modal keduanya signifikan pada tingkat 0,05, sedangkan variabel ukuran perusahaan tidak signifikan pada tingkat 0,05.

Interpretasi Hasil

Pengaruh Hubungan Politik Terhadap Agresivitas Pajak

Melihat hasil dari uji statistik t variabel hubungan politik (POLCON) memiliki nilai koefisien sebesar 0,548 yang mengindikasikan terdapat pengaruh positif antara Hubungan Politik dan ETR. Hubungan Politik memiliki nilai signifikansi 0,000, yang mana kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan Hubungan Politik yang dimiliki perusahaan secara signifikan mempengaruhi Agresivitas Pajak. Namun demikian karena arah prediksi berlawanan dengan hasil penelitian, di mana hipotesis satu (**H1**) penelitian ini yang menyatakan hubungan politik memiliki pengaruh positif terhadap agresivitas pajak **ditolak**.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sudaryono dkk. (2019) yang juga menunjukkan bahwa koneksi politik berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Nilai koefisien yang negatif diartikan ketika terdapat hubungan politik dalam suatu perusahaan, maka mengindikasikan tingkat agresivitas pajak yang diterapkan oleh perusahaan tersebut cenderung rendah. Dewan komisaris mencegah tindakan yang dapat merugikan perusahaan termasuk aktivitas agresivitas pajak yang bisa merusak citra baik perusahaan itu sendiri. Selain itu hal tersebut juga untuk menghindari terjadinya konflik bagi pihak prinsipal dan agen. Penelitian ini juga mendukung temuan dari penelitian yang dilakukan Zhang (2012), dalam penelitiannya dinyatakan bahwa perusahaan yang memiliki koneksi politik dalam bentuk kepemilikan pemerintah cenderung bersikap tidak agresif dalam hal perpajakan jika dibandingkan dengan perusahaan yang bukan BUMN. Perusahaan akan menjaga citra baik perusahaan, hal tersebut mendorong perusahaan agar selalu mematuhi peraturan yang dibuat oleh pemerintah. Koneksi yang dimiliki perusahaan juga membuat lebih berhati-hati ketika mengambil keputusan ataupun menetapkan kebijakan supaya tetap patuh terhadap peraturan yang ada.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak

Berdasar dari uji statistik t, variabel CSR memiliki nilai koefisien $-0,311$ yang menunjukkan terdapat pengaruh negatif antara CSR dan ETR, atau dapat dikatakan CSR berpengaruh positif pada agresivitas pajak. Variabel CSR memiliki nilai signifikansi sebesar $0,003$ yang lebih rendah dari $0,05$. Ini mengindikasikan bahwa CSR berpengaruh secara signifikan pada agresivitas pajak. Dari hasil regresi berganda tersebut dapat dinyatakan jika hipotesis kedua dalam penelitian ini, yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh positif terhadap agresivitas pajak, dapat **diterima**.

Penelitian Zeng (2019) menyatakan manajer yang mencari keuntungan dari penghindaran pajak menggunakan aktivitas CSR yang dirancang manajemen untuk menutupi tindakan mereka. Agresivitas pajak dipandang sebagai tindakan yang tidak etis dan tidak sah secara sosial. Akibatnya, perusahaan yang melakukan tindakan pajak agresif dianggap tidak bertanggung jawab secara sosial, dan keputusan yang diambil dalam mengurangi kewajibannya dipengaruhi oleh sikap mereka terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (Zeng 2019). Pihak prinsipal memberikan kewenangan kepada agen dalam mengambil keputusan untuk aktif dalam program CSR, yang mana hal tersebut dimanfaatkan oleh manajemen untuk menutupi kenyataan bahwa sebenarnya mereka juga aktif dalam kegiatan pajak agresif, hal tersebut bertujuan agar kepercayaan publik terhadap perusahaan tetap terjaga. Penelitian yang dilakukan Sikka (2010) menunjukkan bukti bahwa tidak ada perusahaan yang mengkomunikasikan praktik agresivitas pajak yang mereka lakukan kepada *stakeholder* perusahaan. Hal ini dapat menyebabkan terjadinya konflik agensi antara prinsipal dan agen, seperti yang dijelaskan dalam teori keagenan. Namun demikian, semakin tinggi perusahaan mengungkapkan program CSR mereka kepada publik yang berarti mereka aktif dalam program CSR maka perusahaan tersebut akan lebih agresif terhadap pajak.

KESIMPULAN

Hasil dari penelitian ini menunjukkan koneksi politik suatu perusahaan sebenarnya memiliki efek negatif pada agresivitas pajak. Anggota direksi atau komisaris yang memiliki koneksi politik tidak menggunakan posisi ini untuk aktivitas pajak yang agresif. Justru perusahaan yang terhubung secara politik lebih tunduk terhadap peraturan perpajakan yang ada. Dimana hal ini tidak sesuai dengan prediksi yang dirumuskan dalam penelitian ini.

Sedangkan, pada *Corporate Social Responsibility* (CSR) hasilnya mendukung hipotesis yang diajukan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif terhadap agresivitas pajak, yang berarti bahwa semakin aktif perusahaan dalam kegiatan CSR maka semakin agresif perusahaan tersebut dalam hal perpajakan. Perusahaan berusaha memanfaatkan CSR sebagai pelindung untuk menjaga citra baik mereka terhadap publik karena perusahaan aktif dalam kegiatan agresivitas pajak. Perusahaan melakukan hal tersebut disebabkan karena perilaku agresif dalam hal perpajakan dianggap tidak bertanggung jawab secara sosial.

Penelitian ini sendiri memiliki beberapa keterbatasan, yang pertama sampel yang digunakan terbatas hanya khusus pada perusahaan di sektor manufaktur dan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia dalam kurun waktu 2017 sampai dengan 2019. Oleh karenanya, hasil yang diperoleh dari penelitian ini tidak dapat menggambarkan perilaku perusahaan-perusahaan di Indonesia secara keseluruhan. Keterbatasan kedua yaitu nilai *adjusted R square* yang dimiliki oleh model regresi yang digunakan pada penelitian ini hanya $13,7\%$. Hal ini dapat diartikan, bahwasanya variabel hubungan politik, *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan, *leverage*, dan intensitas modal hanya mampu menjelaskan $13,7\%$ variabel dependen agresivitas pajak. Yang ketiga adalah tidak

dikelompokkan jenis hubungan politik yang dimiliki perusahaan, karena hanya menilai hubungan politik yang ada dari sisi dewan komisaris dan dewan direksi.

Berdasarkan keterbasan tersebut dapat diberikan saran untuk penelitian selanjutnya yaitu dapat meningkatkan sampel yang digunakan dari beberapa sektor lainnya dan menambah jumlah periode sampel, bukan hanya sebatas 3 tahun. Selain itu, dapat ditambahkan variabel independen lain terkait dengan variabel dependen agresivitas pajak, seperti *corporate governance*, keberadaan *risk management committee*, karakteristik perusahaan lainnya, profitabilitas, manajemen laba dan variabel lainnya. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan atau mengelompokkan beberapa bentuk dari hubungan politik yang dimiliki perusahaan seperti perusahaan dengan bentuk BUMN atau perusahaan yang mayoritas sahamnya dimiliki oleh pemerintah, perusahaan yang dewan direksi atau komisarisnya terafiliasi dengan partai politik.

REFERENSI

- Davis, Angela K, David A Guenther, Linda K Krull, Brian M Williams, David A Guenther, Linda K Krull, Angela K Davis, and Brian M Williams. 2016. *Do Socially Responsible Firms Pay More Taxes?*. 91 (1): 47–68. <https://www.jstor.org/stable/43867007>.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Huang, Haifeng, and Zhenrui Zhao. 2016. *The Influence of Political Connection on Corporate Social Responsibility: evidence from Listed Private Companies in China*. *International Journal of Corporate Social Responsibility* 1 (1): 1–19. <https://doi.org/10.1186/s40991-016-0007-3>.
- Jian, Ming, Wanfu Li, and Huai Zhang. 2012. *How Does State Ownership Affect Tax Avoidance? Evidence from China*. School of Accountancy: Singapore Management University.
- Kim, Chansog, and Liandong Zhang. 2016. *Corporate Political Connections and Tax Aggressiveness*. *Contemporary Accounting Research* 33 (1): 78–114. <https://doi.org/10.1111/1911-3846.12150>.
- Lanis, Roman, and Grant Richardson. 2011. *The Effect of Board of Director Composition on Corporate Tax Aggressiveness*. *Journal of Accounting and Public Policy* 30 (1): 50–70. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2010.09.003>.
- Maiza Abd Rahman, Intan, and Ku Nor Izah Ku Ismail. 2016. *“The Effects of Political Connection on Corporate Social Responsibility Disclosure-Evidence from Listed Companies in Malaysia*. *International Journal of Business and Management Invention* ISSN 5 (February): 16–21. www.ijbmi.org.
- Pranoto, Bayu Agung, Dan Ari, and Kuncoro Widagdo. 2016. *Pengaruh Koneksi Politik dan Corporate Governance Terhadap Tax Aggressiveness*. Paper Presented at the Seminar Nasional Dan The 3rd Call for Syariah Paper 0 (0): 472–86.
- Sikka, Prem. 2010. *Smoke and Mirrors: Corporate Social Responsibility and Tax Avoidance*. *Accounting Forum* 34 (3–4): 153–68. <https://doi.org/10.1016/j.accfor.2010.05.002>.
- Sudaryono, Eko Arief, Rahmawati, Djuminah, Wartono, and Wahyu Widarjo. 2019. *Relationship of Political Connection and Tax Aggressiveness: Empirical Evidence from Indonesia*. *International Journal of Economic Policy in Emerging Economies* 12 (5): 453–65. <https://doi.org/10.1504/IJEPEE.2019.104636>.



Zeng, Tao. 2019. *Relationship between Corporate Social Responsibility and Tax Avoidance: International Evidence*. *Social Responsibility Journal* 15 (2): 244–57.
<https://doi.org/10.1108/SRJ-03-2018-0056>.