

**PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP *CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY* : UNTUK MENGUJI TEORI LEGITIMASI**

**(Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan dan Properti yang  
Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2012)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi  
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

**NATASYA ELMA OCTAVIANA**

**NIM. 12030110120025**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**SEMARANG**

**2014**

## PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Natasya Elma Octaviana

Nomor Induk Mahasiswa : 12030110120025

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Usulan Penelitian Skripsi : **PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK  
TERHADAP *CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY* : UNTUK MENGUJI  
TEORI LEGISTIMASI (Studi Empiris  
Pada Perusahaan Pertambangan dan  
Properti yang Terdaftar di Bursa Efek  
Indonesia Tahun 2009-2012)**

Dosen Pembimbing : Prof. Dr.H.Abdul Rohman,SE,M.Si., Akt.

Semarang, 17 Februari 2014

Dosen Pembimbing,

Prof. Dr.H.Abdul Rohman,SE, M.Si., Akt.

NIP. 196601081992021001

## **PENGESAHAN KELULUSAN**

Nama : Natasya Elma Octaviana

Nomor Induk Mahasiswa : 12030110120025

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Usulan Penelitian Skripsi : **PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* : UNTUK MENGUJI TEORI LEGISTIMASI (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan dan Properti yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2012)**

Dosen Pembimbing : Prof. Dr.H.Abdul Rohman,SE,M.Si, Akt.

**Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 4 Maret 2014**

Tim Penguji :

1. Prof. Dr.H.Abdul Rohman,SE,M.Si., Akt. (.....)

2.Drs. Agustinus Santosa Adiwibowo, MSi.,Akt. (.....)

3.Dr. Hj. Zulaikha, M.Si.,Akt. (.....)

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Natasya Elma Octaviana, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap *Corporate Social Responsibility*: Untuk Menguji Teori Legitimasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan dan Properti yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2012)** adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 17 Februari 2014

Yang membuat pernyataan,

Natasya Elma Octaviana

NIM. 12030110120025

## **ABSTRACT**

*This study aims to examine the influence of corporate tax aggressiveness with corporate social responsibility (CSR): to test legitimacy theory. Independent variabel used in this study is the tax aggressiveness that measured using proxy of effective tax rates. Dependent variable in this study is the corporate social responsibility (CSR). This study used five control variables, include size, leverage, capint (capital intensity), market to book ratio, ROA.*

*This study replicated from Lanis and Richardson's research on (2013). Sampling method used purposive sampling. A firm criteria are mining and property companies listed on Indonesian Stock Exchange during 2009-2012. Samples were 30 companies for each year which was consist 9 mining companies and 21 property companies. So the total sample were 120 data, then 2 samples outlier should be excluded from the sample, so that the number of samples used were 118 companies. Analysis test using a model of ordinary least square regression analysis.*

*This study showed that the aggressiveness of corporate taxes significantly and negatively related to CSR. Companies that have a low level of aggressiveness resulting company would disclose CSR greater than the firm that does tax aggressiveness. This does not justify the legitimacy of the theory in the context of tax aggressiveness.*

*Keywords: corporate social responsibility, corporate tax aggressiveness, legitimacy theory.*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh agresivitas pajak perusahaan dengan *corporate social responsibility* (CSR): untuk menguji teori legitimasi. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak yang diukur menggunakan proksi *effective tax rates* sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility* (CSR). Penelitian ini menggunakan lima variabel kontrol yaitu ROA, *market to book ratio*, *leverage*, *size*, intensitas modal.

Penelitian ini mereplika penelitian yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson (2013). Sampel penelitian ini adalah perusahaan pertambangan dan properti yang terdaftar di BEI pada tahun 2009-2012. Sampel penelitian dipilih dengan metode *purposive sampling* dan diperoleh 30 perusahaan per tahun yang memenuhi kriteria yang terdiri dari 9 perusahaan pertambangan dan 21 perusahaan properti. Total sampel dalam penelitian ini adalah 120 sampel perusahaan. Setelah melalui tahap pengolahan data terdapat 2 data outlier yang harus dikeluarkan dari sampel penelitian, sehingga jumlah sampel yang digunakan adalah 118 perusahaan. Uji analisis menggunakan model analisis regresi *ordinary least square*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa agresivitas pajak perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan yang memiliki tingkat agresivitas yang rendah mengakibatkan perusahaan akan mengungkapkan CSR lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang melakukan agresivitas pajak. Hal ini tidak membenarkan teori legitimasi dalam konteks agresivitas pajak.

Kata kunci : *corporate social responsibility*, agresivitas pajak, teori legitimasi.

## **MOTO DAN PERSEMBAHAN**

**“Tetaplah bersyukur dan janganlah berputus asa karena sesungguhnya**

**Allah bersama orang-orang yang mau berusaha dan berdoa”**

**“Hendaklah selalu meminta restu orang tua dalam setiap langkah perjalanan  
hidup”**

***“ The Principle of a success are a hard work and never give up”***

**Skripsi ini kupersembahkan untuk:**

**Papahku tercinta (Kaswari) yang telah menjadi sosok inspiratif**

**Mamahku tersayang (Uswatun Hasanah) yang telah menjadi ibu terhebat  
dan bertanggung**

**Adik kriboku (Annisa Wanda Kinanti) yang selalu memberikan motivasi.**

**Semua pihak yang menjadi bagian dari hidupku, dan kau yang telah  
memberikan semangat dan pelajaran berharga dihidupku.**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya serta keberuntungan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: UNTUK MENGUJI TEORI LEGITIMASI ((Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan dan Properti yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2012)”**. Penulisan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan studi pada Program Sarjana (S1) Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. H. Mohamad Nasir, M.Si., Akt., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
2. Bapak Anis Chariri SE, M.Com, Akt., Ph.D. selaku Pembantu Dekan 1 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
3. Bapak Prof. Dr. H. Muchamad Syafruddin, M.Si., Akt., selaku ketua Jurusan Akuntansi dan selaku dosen pengampu Seminar Akuntansi yang selalu memberi motivasi.
4. Bapak Prof. Dr. H. Abdul Rohman, S.E., M.Si., Akt., selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing, memberikan motivasi dan nasehat sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu.
5. Bapak H. Tarmizi Achmad, MBA. Ph.D, Akt., selaku dosen wali yang senantiasa memberikan nasehat serta motivasi.
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah mengajarkan ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat serta kepada seluruh staf Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah membantu dalam proses perkuliahan

7. Segenap staf perpustakaan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah membantu dan mendengarkan keluh kesah saya.
8. Orang tua tercinta (Bapak Kaswari, S.E. dan Ibu Uswatun Hasanah, S.H.) yang selalu memberikan motivasi, nasehat dan doa yang tiada henti serta adik saya tercinta (Anissa Wanda Kinanti) yang selalu memberikan motivasi dan doa.
9. Sahabat-sahabat saya yang selalu mendengarkan keluh kesah saya dan selalu menemani saya (Efi prpatiwi, Fauzia tresnasari, Tarina Rahmayani, Emalia Rachmi, Putri Wulandari, Evan Luth, Annisa Rachmawati, Ayu rahutami, Gita setya rini, Andika Rahardian, Siti Syoraya, Shelly tri maulida, Fitri Risalawati)
10. Malaikat kecil yang selalu menemani saya dalam suka dan duka terimakasih telah memberikan banyak pelajaran hidup, selalu memberikan motivasi dan bantuan yang tiada henti. You're my hero (Mochamad Yahdi Khairin)
11. Peri-peri pintar yang selalu membantu saya dan memberikan masukan yang bermanfaat (Nurani prasetianti, Sandy juli, Norma fetri, Eny yulia, Bapak Andrian).
12. Teman-teman Akuntansi 2010 R1 yang telah memberikan kenangan terindah selama kuliah.
13. Teman-teman KKN desa Mejing kecamatan Candimulyo Magelang.
14. Ibu nani selaku ibu kos yang sangat baik yang mau mendengarkan keluh kesah saya dan senantiasa memberikan nasehat.

Semarang, Februari 2014

Natasya Elma Octaviana

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
ABSTRAK .....	vi
MOTO DAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1    Latar Belakang Masalah.....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	9
1.3    Tujuan Penelitian.....	9
1.4    Manfaat Penelitian.....	9
1.5    Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	12
2.1    Landasan Teori .....	12
2.1.1    Teori Legitimasi.....	12
2.1.2    Teori Stakeholder.....	14
2.1.3    Agresivitas Pajak .....	14
2.1.4 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	16
2.1.5 <i>CSR Disclosure</i> .....	17
2.1.6    Variabel Kontrol .....	18
2.1.6.1    Ukuran Perusahaan ( <i>SIZE</i> ).....	18
2.1.6.2 <i>Leverage</i> .....	19
2.1.6.3    Intensitas Modal ( <i>CAPINT</i> ).....	20
2.1.6.4 <i>Market to Book Ratio</i> .....	20
2.1.6.5 <i>Return On Asset (ROA)</i> .....	21
2.2    Penelitian Terdahulu.....	22

2.3	Kerangka pemikiran .....	26
2.4	Pengembangan Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN .....		32
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	32
3.1.1	Variabel Dependen .....	32
3.1.2	Variabel Independen.....	33
3.1.3	Variabel Kontrol .....	34
3.1.3.1	Ukuran Perusahaan ( <i>SIZE</i> ).....	34
3.1.3.2	<i>Leverage (LEV)</i> .....	34
3.1.3.3	Intensitas Modal ( <i>CAPINT</i> ) .....	34
3.1.3.4	<i>Market to Book Ratio</i> .....	35
3.1.3.5	<i>Return On Asset (ROA)</i> .....	35
3.2	Populasi dan Sampel.....	35
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	36
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	37
3.5	Metode Analisis Data .....	37
3.5.1	Statistik Deskriptif .....	37
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	37
3.5.2.1	Uji Normalitas .....	38
3.5.2.2	Uji Autokorelasi .....	39
3.5.2.3	Uji Heteroskedastisitas .....	40
3.5.3	Pengujian Hipotesis.....	41
3.5.3.1	Koefisien Determinasi ( <i>R<sup>2</sup></i> ).....	42
3.5.3.2	Uji Signifikansi Simultan (Uji <i>F</i> ) .....	42
3.5.3.3	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji <i>t</i> ).....	43
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		44
4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	44
4.2	Analisis Data .....	45
4.2.1	Statistik Deskriptif .....	45
4.2.2.1	Uji Normalitas.....	48
4.2.2.2	Uji Autokorelasi.....	50
4.2.2.3	Uji Heterokedesitas .....	51
4.2.3	Uji Hipotesis .....	53
4.2.3.1	Uji Koefisien Determinasi ( <i>R<sup>2</sup></i> ) .....	53
4.2.3.2	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik <i>F</i> ).....	53
4.2.3.3	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik <i>t</i> ).....	54
4.3	Pembahasan .....	56
4.3.1	Pembahasan Hasil Uji Hipotesis.....	56
4.3.2	Variabel Kontrol .....	59

BAB V PENUTUP .....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	63
5.3 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA .....	65
LAMPIRAN.....	69

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 4.1 Ringkasan Pengambilan Sampel Penelitian .....	44
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif .....	45
Tabel 4.3 One-Sample Kolmogorov-Smirnov .....	49
Tabel 4.4 Hasil Uji Run Test .....	50
Tabel 4.5 Hasil Uji Glejser .....	52
Tabel 4.6 Hasil Uji Determinasi .....	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Statistik T.....	54

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	27
Gambar 4.1 Grafik Histogram Regresi .....	48
Gambar 4.2 Grafik Uji Normal P-Plot .....	49
Gambar 4.3 Grafik Scaterplot .....	51

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Daftar Perusahaan Sampel .....	69
Lampiran B Index Pengungkapan Csr Sembiring .....	71
Lampiran C Tabulasi Data .....	75
Lampiran D Data Outlier .....	81
Lampiran E Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	82
Lampiran F Hasil Uji Asumsi Klasik .....	83
Lampiran G Hasil Uji Hipotesis.....	86

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Tindakan manajerial yang dirancang untuk meminimalkan pajak perusahaan melalui kegiatan agresivitas pajak menjadi fitur yang semakin umum di lingkungan perusahaan di seluruh dunia (Lanis dan Richardson,2013). Tindakan agresivitas pajak tersebut menyeimbangkan antara biaya dan manfaat yang diperoleh. Menurut Slemrod (2004) dalam Balakrishnan, Blouin dan Guay (2011) mengatakan bahwa agresivitas pajak merupakan aktivitas yang spesifik, yang mencakup transaksi-transaksi, dimana tujuan utamanya adalah untuk menurunkan kewajiban pajak perusahaan. Sedangkan menurut Khuruna dan Moser (2009) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai *tax planning* perusahaan melalui aktivitas *tax avoidance* atau *tax sheltering*, sehingga tindakan agresivitas merupakan tindakan yang dirancang oleh perusahaan untuk meminimalkan beban pajak agar memperoleh keuntungan.

Tindakan nyata dalam melakukan agresivitas pajak ataupun penghindaran pajak misalnya dengan cara penghindaran pajak secara yuridis yaitu dengan melakukan perbuatan dengan cara sedemikian rupa sehingga tindakan yang dilakukan tidak terkena pajak. Perusahaan biasanya melakukan dengan cara memanfaatkan kekosongan atau ketidakjelasan undang-undang yang ada (wikipedia), contohnya pegawai diberi tunjangan beras (natura/kenikmatan). Menurut Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor : PER - 31/PJ/2012 bab IV

pasal 8 ayat 1 b menyatakan bahwa yang tidak termasuk dalam pengertian penghasilan yang dipotong PPh Pasal 21 adalah penerimaan dalam bentuk natura dan/atau kenikmatan dalam bentuk apapun yang diberikan oleh Wajib Pajak atau Pemerintah, kecuali penghasilan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat (2). Oleh karena itu, pemberian tunjangan tidak boleh dibebankan sebagai biaya maupun penghindaran yang dilakukan dengan cara perusahaan bekerjasama dengan yayasan untuk penyaluran tunjangan tersebut. Perusahaan memberi uang kepada yayasan lalu yayasan menyalurkannya kepada pegawai dalam bentuk beras. Jadi, pegawai tetap mendapatkan beras dan hal itu dibebankan sebagai biaya sehingga pajaknya berkurang (wikipedia).

Berdasarkan kasus tersebut yang disebabkan oleh kurangnya peraturan yang jelas mengenai *tax aggressive*, *tax planning* maupun *tax avoidance* menimbulkan persepsi yang berbeda-beda antara pemerintah dan wajib pajak tersebut. Menurut Darussalam (2009) apabila dilihat dari sisi wajib pajak, selama wajib pajak pribadi ataupun badan memiliki cara dalam meminimalkan pajak dan belum ada peraturan yang pasti tentang pelanggaran pajak, maka hal yang dilakukan sah-sah saja atau legal. Sedangkan dari pihak pemerintah yaitu peraturan yang ada dalam hal pembayaran perpajakan diharapkan tidak disalahgunakan dengan cara penghindaran perpajakan atau dengan meminimalkan pajak perusahaan demi memperoleh keuntungan.

Meningkatnya tindakan agresivitas pajak di berbagai belahan dunia tidak menutup kemungkinan terjadi kasus-kasus yang merugikan pemerintah, khususnya di bidang perpajakan. Misalnya saja pada negara lain terdapat kasus

BHP Ltd, James Hardie Ltd dan News Corporation Ltd (Lanis dan Richardson 2013). Sedangkan di Indonesia, kasus-kasus yang serupa antara lain adalah kasus pada Real Estate Indonesia (REI) yang dituduh oleh Direktorat Jenderal (Ditjen) Pajak terkait dokumen transaksi pembayaran pajak yang diduga banyak melakukan penghindaran pembayaran Pajak Penghasilan (Setyo,2013) dalam artikel Kusuma (2013). Kasus lainnya adalah pada perusahaan pertambangan seperti PT Bumi Resources Tbk, PT Kaltim Prima Coal (KPC), dan PT Arutmin Indonesia yang diduga oleh Ditjen Pajak melakukan manipulasi pajak pada tahun 2007 sebesar Rp2,1 triliun (Tjiptardjo, 2010) .

Berdasarkan beberapa kasus di atas, tindakan agresivitas pajak merugikan pemerintah, seharusnya warga negara taat membayar pajak dalam rangka menjalankan kewajiban negara, baik wajib pajak orang pribadi maupun badan. Sebagaimana yang tercantum dalam Undang-Undang 1945 pasal 23A yang menyatakan bahwa pajak dan pungutan lain yang bersifat memaksa untuk keperluan negara diatur dengan undang-undang. Namun tanpa disadari dalam melakukan pembayaran pajak yang jumlah pembayarannya dapat ditentukan oleh wajib pajak itu sendiri memungkinkan wajib pajak mencari alternatif dengan meminimalisasi pembayaran pajak.

Tindakan perusahaan dalam hal meminimalkan pembayaran pajak tidak sesuai dengan harapan masyarakat karena pembayaran pajak perusahaan memiliki impikasi penting bagi masyarakat dalam hal pendanaan barang publik seperti pendidikan, pertahanan nasional, kesehatan masyarakat dan hukum (Freedman, 2003; Landolf,2006; Freise et al, 2008; Landolf dan Symons, 2008; Sikka, 2010)

dalam Lanis dan Richardson (2013). Menurut Lanis dan Richardson (2013) pandangan masyarakat mengenai perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas dianggap telah membentuk suatu kegiatan yang tidak bertanggung jawab secara sosial dan tidak sah. Tindakan tersebut secara tidak langsung menjadi perhatian publik yang mana bisa mengubah persepsi masyarakat terhadap perusahaan menjadi negatif. Selain itu perusahaan masih dibebani mengenai tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR yang akan memberi dampak negatif dimata masyarakat apabila perusahaan tidak melakukan tanggung jawabnya tersebut seperti yang diharapkan oleh masyarakat.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu kewajiban bagi setiap perusahaan yang diatur oleh pemerintah dalam Undang-Undang RI No. 40 tahun 2007 pasal 74 tentang “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan”. Undang-undang tersebut mengamanatkan bahwa “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan”. *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat yang ada di sekitar lokasi operasional perusahaan. Menurut Bowman dan Haire (1976:13), tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) sebagai bentuk kepedulian dalam rangka mensejahterakan masyarakat terhadap dampak dari semua kegiatan korporasi.

Aktivitas perusahaan pada dasarnya tidak terlepas dari kontrak sosial dengan masyarakat. Oleh karena itu mayoritas perusahaan di berbagai belahan dunia melakukan tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR sebagai bentuk

kepedulian terhadap masyarakat. Warhust (2010) mendefinisikan CSR sebagai upaya kesungguhan entitas bisnis untuk meminimumkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasi perusahaan bagi seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial dan lingkungan untuk mencapai tujuan pembangunan yang berkelanjutan.

Pernyataan ini juga sesuai dengan konsep *triple bottom line* (John Elkington, 1997) yang menggunakan istilah “3P” yaitu *profit*, *people*, dan *planet* yang mana perusahaan akan berhasil apabila tidak hanya memperhatikan profitnya saja namun memperhatikan kesejahteraan masyarakat dan peduli terhadap lingkungan. Selain itu, terdapat piramida CSR Carrol (1996) yang terkenal dimana pada tingkat pertama adalah tanggung jawab ekonomi (mencari keuntungan), kedua tanggung jawab untuk patuh terhadap hukum yang berlaku, ketiga tanggung jawab dalam memiliki kewajiban untuk menjalankan praktek bisnis yang adil dan di puncak piramida adalah tanggung jawab tambahan atau *fiduciary*. Pada posisi puncak ini suatu bisnis akan sukses apabila mendapat dukungan positif dari masyarakat.

Beberapa penelitian sebelumnya (misalnya Trotman, 1979; Trotman dan Bradley, 1981; Guthrie dan Parker, 1989; Deegan dan Gordon, 1996; Wilmshurst dan Frost, 2000;. Deegan et al, 2002) dalam Lanis dan Richardson (2013) menyatakan bahwa kebijakan perusahaan dalam meningkatkan perhatian publik bertujuan agar memperoleh legitimasi dari masyarakat. Gray et al. (1995) menyatakan perusahaan biasanya berusaha untuk memperoleh legitimasi dan mempertahankan hubungan dalam lingkungan sosial dan politik yang lebih luas di

mana mereka beroperasi, sedangkan tanpa adanya legitimasi perusahaan tidak akan bertahan dalam melanjutkan operasi.

Pada kenyataannya, yang terjadi sekarang banyak perusahaan yang tidak melakukan CSR walaupun telah diatur dalam UU No. 40 tahun 2007 yang menyatakan bahwa CSR merupakan suatu kewajiban yang perlu dilakukan oleh perusahaan namun apabila dari sudut pandang PSAK CSR masih merupakan bentuk sukarela yang dilakukan oleh perusahaan. Seperti dalam pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (revisi 2012) paragraf 15, sebagai berikut:

“Entitas dapat pula menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah, khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan keuangan yang memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut di luar ruang lingkup Standar Akuntansi Keuangan”

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa perusahaan dalam mengungkapkan CSR masih dalam bentuk sukarela. Oleh sebab itu, pengungkapan CSR di Indonesia masih tergolong belum efektif apabila dibandingkan dengan negara lain. Selain itu perusahaan masih beranggapan bahwa dalam hal pengungkapan, CSR merupakan beban yang harus dikeluarkan oleh perusahaan. Padahal CSR merupakan suatu bentuk timbal balik perusahaan kepada masyarakat dalam hal tanggung jawab sosial terhadap masyarakat, sedangkan ekspektasi yang diharapkan oleh sebagian besar masyarakat tidak sesuai dengan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan. Hal ini sama seperti yang dinyatakan oleh Lanis dan Richardson (2013) yang menjelaskan hubungan antara pengungkapan CSR dan perhatian masyarakat timbul dari perilaku perusahaan

yang tidak sesuai dengan harapan masyarakat, seperti yang diasumsikan dalam teori legitimasi.

Oleh sebab itu, agar CSR dapat efektif dan sesuai dengan harapan masyarakat maka diperlukan adanya kerjasama dengan pemerintah mengenai pajak yang dibebankan kepada perusahaan. Pemerintah seharusnya mengkaji ulang mengenai pemotongan pajak bagi perusahaan yang melakukan CSR. Menurut Setiadji (2010) mengatakan bahwa selama ini perusahaan beranggapan memiliki dua beban yang sama yaitu beban pajak dan beban CSR. Pada dasarnya kedua beban tersebut digunakan untuk mensejahterahkan masyarakat. Namun agar perusahaan tidak memiliki dua beban maka perusahaan mulai mencari cara untuk meminimalkan pajak perusahaan melalui kegiatan agresivitas pajak. Tindakan tersebut tentu tidak sesuai dengan harapan masyarakat. Oleh karena itu untuk menutupi tindakan tersebut perusahaan melaksanakan tanggung jawab sosialnya lebih besar kepada masyarakat untuk mengubah persepsi dan memperoleh legitimasi dari masyarakat. Menurut Lanis dan Richardson (2013) perusahaan yang telah terbukti melakukan agresivitas pajak dapat bertindak sesuai dengan teori legitimasi dengan cara melakukan pengungkapan informasi CSR tambahan.

Penelitian terdahulu mengenai CSR dengan agresivitas pajak dilakukan oleh Watson (2012). Hasil penelitian menemukan bahwa terjadi hubungan negatif antara CSR dan agresivitas pajak yang menggunakan proksi tarif pajak yang berlaku (ETR). Penelitian ini sama halnya seperti yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson yang meneliti pengaruh CSR terhadap agresivitas pajak pada tahun 2012. Penelitian tersebut menggunakan proksi ETR (*Effective Tax*

*Rates*) untuk mengukur agresivitas pajak yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

Berdasarkan beberapa penelitian tersebut pada tahun 2013 Lanis dan Richardson melakukan penelitian kembali dengan konteks penelitian terbalik dengan hubungan yang diteliti oleh Lanis dan Richardson pada tahun 2012. Penelitian tersebut menghubungkan agresivitas pajak dengan pengungkapan CSR dalam konteks teori legitimasi. Penelitian tersebut membedakan sampel yang diteliti dengan membedakan perusahaan yang agresivitas pajak dan non-agresivitas pajak. Hasil penelitian yang dilakukan secara konsisten menunjukkan hubungan positif dan signifikan antara agresivitas pajak perusahaan dan pengungkapan CSR sehingga membenarkan teori legitimasi dalam konteks agresivitas pajak perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, tertarik untuk mereplika penelitian yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson pada tahun 2013. Tetapi penelitian ini membedakan sampel yang digunakan, karena di Indonesia belum ada pengelompokan perusahaan yang melakukan agresivitas pajak dan non agresivitas pajak, melainkan Direktorat Jendral Pajak hanya mengindikasikan bahwa terdapat beberapa sektor perusahaan yang dicurigai terlibat agresivitas pajak. Oleh sebab itu, penelitian ini ingin lebih membuktikan perusahaan yang melakukan agresivitas pajak apakah akan melakukan pengungkapan CSR lebih besar.

## 1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan yang terjadi pada perusahaan yang melakukan agresivitas pajak akan mengungkapkan informasi tambahan terkait dengan kegiatan CSR di berbagai bidang dalam upaya untuk meringankan kekhawatiran publik. Upaya tersebut dilakukan dalam rangka memenuhi kewajibannya kepada masyarakat akan tanggung jawab sosialnya tersebut dan hal itu sejalan dengan teori legistimasi. Perusahaan yang melakukan agresivitas pajak berusaha meminimalkan pajak perusahaannya tersebut. Dalam hal ini bagi wajib pajak badan yaitu perusahaan secara tidak langsung melakukan tindakan yang tidak bertanggung jawab dan tidak memenuhi kewajibannya. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan untuk menjawab:

Apakah Agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Agresivitas Pajak terhadap *Corporate Social Responsibility* :untuk menguji teori legistimasi

## 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat teoritis dan praktis sebagai berikut :

### 1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat menjadi referensi bagi pihak akademis dan penelitian selanjutnya mengenai *Corporate Social Responsibility* dan agresivitas pajak

### 2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini secara praktis diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR dan memberikan masukan kepada pembuat kebijakan khususnya Direktorat Jenderal Pajak untuk mengidentifikasi resiko agresivitas pajak

## 1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan proposal skripsi ini terdapat gambaran sistematika penulisan sebagai berikut:

### BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

### BAB II : TELAAH PUSTAKA

Bab ini menjelaskan landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan pengembangan hipotesis

### BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang variabel penelitian, definisi operasional penelitian, penentuan sampel penelitian, jenis dan

sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis yang digunakan.

#### **BAB IV : HASIL DAN ANALISIS**

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum hasil dan analisis penelitian, analisis hasil penelitian beserta pembahasannya.

#### **BAB V: PENUTUP**

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan dan saran atas penelitian selanjutnya.

## **BAB II**

### **TELAAH PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Teori Legitimasi**

Teori legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah, individu, dan kelompok masyarakat (Gray *et al*, 1996). Hal ini mengindikasikan bahwa teori tersebut menjelaskan adanya kontrak sosial perusahaan terhadap masyarakat dan adanya pengungkapan sosial lingkungan. (Wilmschurts dan Frost 2000; Patten 1992; Guthrie dan Parker 1989; Tinker dan Neimark 1987; Hogner 1982) dalam Chariri (2008). Perusahaan dalam menjalankan kontrak sosial lingkungan perusahaan juga harus memperhatikan norma-norma yang ada di lingkungan masyarakat agar selaras dengan nilai-nilai sosial yang ada. Menurut Suaryana (2011) bahwa norma perusahaan selalu berubah mengikuti perkembangan sehingga terjadi perubahan dari waktu ke waktu.

Perusahaan menyadari bahwa adanya kontrak sosial dengan masyarakat sangat dibutuhkan dalam kelangsungan hidup perusahaan dan dengan adanya CSR merupakan salah satu wujud bentuk tanggung jawab perusahaan untuk masyarakat. Hal ini sejalan dengan *legitimacy theory* yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya

berdasarkan nilai-nilai *justice*, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan (Tilt, CA. 1994 dalam Titisari, Suwardi, dan Setiawan, 2010). Selain itu Teori legitimasi menjelaskan perusahaan melakukan kegiatan usaha dengan batasan-batasan yang ditentukan oleh norma-norma, nilai-nilai sosial dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan Dowling dan Pfeffer (1975) dalam (Chariri, 2008).

Dowling dan Pfeffer (1975) menyatakan bahwa terdapat dua dimensi agar perusahaan memperoleh dukungan legitimasi, yaitu: (1) aktivitas organisasi perusahaan harus sesuai (*congruence*) dengan sistem nilai di masyarakat; (2) pelaporan aktivitas perusahaan juga hendaknya mencerminkan nilai sosial. Lindblom (1994) menyarankan bahwa suatu perusahaan dapat mengungkapkan CSR untuk memperlihatkan perhatian manajemen terhadap nilai-nilai masyarakat dari pengaruh negatif aktivitas perusahaan.

Perusahaan dalam hal ini dianjurkan untuk menarik perhatian masyarakat dan menyakinkan akan kegiatan operasi perusahaannya agar dapat diterima dengan baik hal ini sejalan dengan teori legitimasi. Tindakan tersebut bertujuan agar memperoleh status dimana perusahaan tersebut beroperasi dan juga mendapatkan kesan positif .

Beberapa studi akuntansi juga tertarik untuk menguji secara empiris hubungan antara pengungkapan CSR dan perhatian masyarakat yang timbul dari perilaku perusahaan yang tidak sesuai dengan harapan masyarakat seperti yang diasumsikan oleh teori legitimasi. Naser, Al-Hussaini, Al-Kwari, dan Nuseibeh

(2006) menyatakan bahwa teori legitimasi telah digunakan dalam kajian akuntansi untuk mengembangkan teori pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Namun menurut Deegan et al (2002) bahwa secara keseluruhan berbagai tes teori legitimasi dalam literatur akuntansi telah menghasilkan hasil yang tidak konsisten.

### **2.1.2 Teori Stakeholder**

Teori *Stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* (pemegang saham, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analisis, dan pihak lain (Chariri,2008). Dengan kata lain perusahaan dalam beroperasi membutuhkan bantuan dari pihak luar salah satunya adalah dukungan dari masyarakat.

Gray *et al* (1997) menyatakan bahwa dalam teori *stakeholder* merupakan pendekatan berbasis tekanan pasar (*market forces approach*), dimana penyediaan atau penarikan atas sumber ekonomi akan menentukan tipe pengungkapan sosial dan lingkungan pada titik waktu tertentu. Di samping itu teori *stakeholder* mengabaikan pengaruh masyarakat luas terhadap penyediaan informasi dalam pelaporan keuangan, termasuk keberadaan hukum dan regulasi yang menghendaki adanya pengungkapan informasi tertentu.

### **2.1.3 Agresivitas Pajak**

Agresivitas pajak merupakan hal yang sekarang sangat umum terjadi dikalangan perusahaan-perusahaan besar di seluruh dunia. Tindakan ini bertujuan untuk meminimalkan pajak perusahaan yang kini menjadi perhatian publik karena

tidak sesuai dengan harapan masyarakat dan juga merugikan pemerintah. Hal ini sama seperti yang dikatakan Balakrishnan, *et al.* (2011) bahwa perusahaan terlibat dalam berbagai bentuk perencanaan pajak untuk mengurangi kewajiban pajak yang diperkirakan. Pajak suatu perusahaan dapat dikaitkan dengan perhatian publik jika pembayaran pajak yang dilakukan memiliki implikasi dengan masyarakat luas yang sekarang di pertentangkan karena hanya menjadi biaya operasi perusahaan. Menurut Avi-Yonah,(2008) tujuan meminimalkan jumlah pajak perusahaan yang akan dibayar menjadi salah satu hal yang harus dipahami dan melibatkan beberapa etika, masyarakat atau adanya pertimbangan dari pemangku kepentingan perusahaan. Namun di sisi lain pembayaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan memiliki impikasi penting bagi masyarakat dalam hal pendanaan barang publik seperti pendidikan, pertahanan nasional, kesehatan masyarakat dan hukum (Freedman, 2003; Landolf,2006;Freise et al, 2008; Landolf dan Symons, 2008; Sikka, 2010) dalam Lanis dan Richardson (2013).

Agresivitas pajak adalah strategi perusahaan yang tidak sesuai dengan harapan masyarakat (Christensen dan Murphy, 2004, Sikka, 2010) dalam Lanis dan Richardson (2013). Hlaing (2012) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai kegiatan perencanaan pajak semua perusahaan yang terlibat dalam usaha mengurangi tingkat pajak yang efektif.

Cara untuk mengukur perusahaan yang melakukan agresivitas pajak yaitu dengan menggunakan proksi *Effective Tax Rates* (ETR). Menurut Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa ETR merupakan proksi yang paling banyak digunakan pada penelitian terdahulu. Proksi ETR dinilai menjadi indikator

adanya agresivitas pajak apabila memiliki ETR yang mendekati nol. Semakin rendah nilai ETR yang dimiliki perusahaan maka semakin tinggi tingkat agresivitas pajak. ETR yang rendah menunjukkan beban pajak penghasilan lebih kecil dari pendapatan sebelum pajak.

#### **2.1.4 Corporate Social Responsibility (CSR)**

CSR adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan (Nuryana, 2005). Dalam hal ini, CSR merupakan bentuk timbal balik terhadap masyarakat sekitar terhadap aktifitas operasi perusahaan agar mendapatkan respons baik dari masyarakat. Implementasi CSR merupakan suatu wujud komitmen yang dibentuk oleh perusahaan untuk memberikan kontribusi pada peningkatan kualitas kehidupan (Susiloadi, 2008). Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa CSR merupakan faktor kunci dalam keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan.

Sedangkan menurut Milton Friedman dalam Solihin (2009) tanggung jawab sosial perusahaan adalah menjalankan bisnis sesuai dengan keinginan pemilik perusahaan (*owners*), biasanya dalam bentuk menghasilkan uang sebanyak mungkin dengan senantiasa menghindarkan aturan dasar yang digariskan dalam suatu masyarakat sebagaimana diatur oleh hukum dan perundang-undangan. Namun, menurut Suharto (2008) dalam Sayidatina (2011) CSR adalah operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan

perusahaan secara *finansial*, melainkan untuk pembangunan sosial-ekonomi kawasan secara holistik, melembaga dan berkelanjutan.

Menurut Harsanti (2011) CSR merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi menganut pada prinsip *single bottom line* yaitu nilai perusahaan hanya berfokus pada kondisi keuangannya saja dan kewajiban ekonomi pada pemegang saham (*shareholder*) melainkan kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan. Oleh karena itu, CSR menganut prinsip *triple bottom line* (John Elkington 1997) yang meliputi aspek ekonomi, lingkungan dan sosial yang terkenal dengan istilah “3P” yaitu *people*, *planet* dan *profit*.

#### **2.1.5 CSR Disclosure**

Pengungkapan CSR atau *CSR disclosure* telah menarik banyak penelitian akuntansi selama dua dekade (Guthrie and Parker, 1989; Patten, 1992; Deegan and Gordon, 1996; Deegan and Rankin, 1996; Hackston and Milne, 1996; Brown and Deegan, 1998; Wilmshurst and Frost, 2000; Deegan *et al.*, 2002 dalam Lanis and Richardson (2013). Gray et al (1987, hal 4 ) mendefinisikan pengungkapan CSR sebagai “proses pemberian informasi yang dirancang untuk melepaskan sosial akuntabilitas. Pengungkapan CSR dalam laporan tahunan oleh suatu perusahaan sebenarnya tidak diwajibkan tetapi sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat maka suatu perusahaan mayoritas melakukan pengungkapan CSR dalam laporannya.

Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan (*CSR-disclosure*) yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social*

*accounting* oleh Mathews (1995) dalam Sembiring (2005) atau *corporate social responsibility* oleh Hackston dan Milne (1996) dalam Sembiring (2005), merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Selain itu menurut Deegan (2002) dalam Lanis dan Richardson (2013) menyatakan bahwa pengungkapan CSR dipandang sebagai sarana yang digunakan oleh manajemen perusahaan dalam berinteraksi dengan masyarakat yang lebih luas untuk mempengaruhi persepsi.

Ketentuan mengenai pengungkapan CSR di Indonesia sampai saat ini belum terdapat standar khusus, tetapi menurut Sembiring (2005) pengungkapan CSR dilakukan dengan metode *checklist* berdasarkan tujuh kriteria. Kriteria ini diadopsi dari penelitian Hackston dan Milne (1996), dimana terdapat 90 item pengungkapan namun menurut peraturan BAPEPAM No VIII.G.2 hanya 78 *item* pengungkapan yang sesuai dengan kondisi di Indonesia.

Pengungkapan CSR dengan cara tersebut sama halnya dengan pengungkapan CSR dengan konsep dari GRI (*Global Reporting Initiative*) sebagai acuan dalam penyusunan pelaporan CSR. Konsep ini merupakan konsep *sustainability report* yang muncul sebagai akibat adanya konsep *sustainability development*.

## **2.1.6 Variabel Kontrol**

### **2.1.6.1 Ukuran Perusahaan (*SIZE*)**

Ukuran perusahaan merupakan salah satu karakteristik yang penting. Perusahaan yang besar tentu akan menjaga *image* dengan mengungkapkan

informasi yang akurat dan relevan dan tentu saja akan melakukan tanggung jawab sosial perusahaan untuk menarik perhatian masyarakat sehingga mendapatkan kesan yang baik. Hal ini sesuai dengan pernyataan Cho *et al* (2010) yang mengatakan bahwa perusahaan dengan skala besar akan mengungkapkan CSR lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil dalam laporan tahunan dikarenakan visibilitas yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan hal yang positif terkait dengan pengungkapan CSR (Patten 1992, 2002 ; Hackston dan Milne,1996; Clarkson et al, 2008; Cho *et al*,2010 dalam Lanis dan Richardson, 2013).

#### **2.1.6.2 Leverage**

Bambang Riyanto (2001) mendefinisikan *Leverage* sebagai penggunaan aset atau dana dimana untuk penggunaan tersebut perusahaan harus menutup biaya tetap atau membayar beban tetap. Rasio ini timbul apabila dalam kegiatan operasionalnya perusahaan menggunakan dana pinjaman atau menggunakan dana yang memiliki beban bunga.

Menurut Sanchez, Dominguez, dan Alvarez (2010) mengatakan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara *leverage* dengan kelengkapan pengungkapan sukarela pada laporan tahunan dikarenakan dengan meningkatnya *leverage*, maka terdapat peningkatan permintaan tambahan informasi yang diminta oleh kreditor guna mencari tahu seberapa besar kemungkinan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya.

### **2.1.6.3 Intensitas Modal (CAPINT)**

Intensitas modal mencerminkan seberapa besar modal yang dibutuhkan untuk menghasilkan pendapatan (Waluyo dan Kearo, 2002). Intensitas modal dinilai untuk mengetahui prospek di masa mendatang atas investasi yang telah kita tanamkan. Seperti yang dikatakan oleh Commanor dan Wilson (1972) bahwa indikator prospek perusahaan di masa mendatang yang dapat digunakan dalam penelitian adalah intensitas modal.

Mosebach dan Ellen (2007) dalam Yoehana (2013) menyatakan bahwa komposisi aset diukur melalui tiga intensitas, yaitu intensitas persediaan (*inventory intensity*), intensitas modal (*capital intensity*) dan intensitas penelitian dan pengembangan (*R & D intensity*). Selain itu menurut Aerts dan Cornier (2009) dalam Lanis dan Richardson (2013) intensitas modal dapat digambarkan dalam wujud mesin, bangunan, peralatan dll yang menjadi aset tetap suatu perusahaan. Perusahaan dengan aset yang besar akan mengungkapkan informasi CSR lebih besar daripada perusahaan yang memiliki aset lebih rendah.

### **2.1.6.4 Market to Book Ratio**

*Market to book ratio* merupakan suatu rasio untuk mengetahui peluang pertumbuhan perusahaan yang akan terjadi di masa yang akan datang. Menurut Penman (2013:141) dalam Lisda (2013) mendefinisikan *market to book ratio* sebagai berikut:

*“Price, in the numerator of the P/B ratio, is based on the expected future earnings that investor buying. So, the higher the expected earnings relative to book value, the higher the P/B ratio.”*

Dari pernyataan di atas dijelaskan bahwa nilai dalam P/B rasio, didasarkan pada laba di masa yang akan datang yang diharapkan dapat menarik investor. Jadi, semakin tinggi laba relatif yang diperoleh terhadap nilai buku maka semakin tinggi rasio P/B.

Secara khusus, pertumbuhan perusahaan dapat memiliki informasi yang lebih besar antara manajemen, *investor* dan biaya keagenan (Smith dan Watts, 1992; Gaver dan Gaver, 1993) dalam Lanis dan Richardson (2013). Akibatnya, perusahaan yang mengalami pertumbuhan diharapkan dapat mengungkapkan informasi CSR lebih besar.

#### **2.1.6.5 Return on Asset (ROA)**

ROA merupakan suatu rasio penting untuk mengukur kemampuan investasi suatu perusahaan (aset) untuk memperoleh laba. Apabila total aset yang digunakan dalam operasi perusahaan mampu memberikan laba maka dapat dikatakan memiliki ROA yang positif dan memiliki peluang besar dalam meningkatkan pertumbuhan perusahaan. Sebaliknya apabila total aset yang digunakan tidak dapat menghasilkan laba maka memiliki ROA negatif dan menghambat pertumbuhan perusahaan. Menurut Lang dan Lundholm (1996) dalam Lanis and Richardson (2013) sebuah perusahaan dengan kualitas kinerja yang baik cenderung memiliki laba yang tinggi untuk mengungkapkan “kabar baik” untuk pasar keuangan.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai agresivitas pajak telah banyak dilakukan begitu juga dengan penelitian mengenai CSR. Namun, walaupun penelitian mengenai masing-masing variabel agresivitas pajak dan CSR telah banyak dilakukan tetapi yang mengaitkan antara agresivitas pajak dan CSR untuk mengujian teori legitimasi masih jarang dilakukan di Indonesia.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu terkait dengan variabel agresivitas pajak dan CSR seperti penelitian yang dilakukan oleh Craig Deegan, Michaela Rankin and John Tobin (2002) yang berjudul “*An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983-1997: A test of legitimacy theory*”. Variabel dependen dalam penelitian tersebut adalah pengungkapan CSR dan variabel Independennya adalah Liputan media (*favorable* dan *unfavorable*) pada perusahaan agresivitas pajak yaitu perusahaan BHP. Penelitian tersebut menggunakan analisis regresi yang memberikan bukti empiris bahwa keberadaan liputan media (*unfavorable*) berhubungan positif dengan CSR. Selanjutnya penelitian Reuven S. Avi-Yonah (2006) yang berjudul “*Corporate Social Responsibility and Strategic Tax Behavior*”. Dalam penelitian tersebut variabel dependen yang digunakan adalah *Corporate Social Responsibility* dan Variabel independennya adalah *Strategic Tax Behavior*. Penelitian tersebut memberikan bukti bahwa perilaku strategi pajak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Penelitian lain dilakukan oleh Watson (2012) yang berjudul “*Corporate Social Responsibility, Tax Avoidance, and Tax Aggressiveness*”. Dalam penelitian

ini Variabel dependennya adalah agresivitas pajak (ETR) dan variabel independennya adalah CSR. Alat statistik yang digunakan yaitu menggunakan analisis regresi OLS yang memberikan bukti bahwa terdapat hubungan negatif antara CSR dan tarif pajak yang berlaku (ETR). Pada tahun 2012 juga terdapat penelitian yang dilakukan oleh Tao Zeng yang berjudul "*Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness*". Variabel dependen dalam penelitian tersebut adalah CSR dan variabel independen adalah agresivitas pajak. Alat uji statistik yang digunakan adalah menggunakan analisis regresi yang memberikan bukti empiris bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan agresivitas pajak cenderung kurang tertarik untuk bertanggung jawab melakukan CSR.

Selanjutnya terdapat penelitian Lanis dan Richardson (2012) yang berjudul "*Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis*". Pada penelitian tersebut variabel dependen yang digunakan adalah agresivitas pajak (ETR) dan variabel independennya adalah CSR. Alat uji statistik yang digunakan adalah analisis regresi tobit yang memberikan bukti empiris bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan, semakin rendah tingkat agresivitas pajak yang dilakukan.

Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Lanis dan Richardson pada tahun 2013. Namun, pada penelitian terbarunya Lanis dan Richardson menguji teori legitimasi dan penelitiannya berjudul "*Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: a test of legitimacy theory*". Pada penelitian tersebut variabel dependen yang digunakan adalah CSR dan variabel independennya adalah agresivitas pajak menggunakan analisis regresi OLS. Hasil empiris secara

konsisten meunjukkan hubungan positif dan signifikan agresivitas pajak perusahaan dan pengungkapan CSR yang membenarkan teori legitimasi dalam konteks agresivitas pajak.

**Tabel 2.1**  
**Ringkasan Penelitian Terdahulu**

No	Judul Penelitian	Peneliti	Variabel	Hasil Penelitian
1.	<i>An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983-1997. A test of legitimacy theory</i>	Craig Deegan, Michael Rankin and John Tobin (2002)	Variabel dependen : Pengungkapan CSR Variabel Independen Liputan media ( <i>favorable</i> dan <i>unfavorable</i> ) pada perusahaan agresivitas pajak. Menggunakan analisis regresi	Memberikan bukti empiris bahwa keberadaan liputan media ( <i>unfavorable</i> ) Berhubungan positif dengan CSR
2.	<i>Corporate Social Responsibility and Strategic Tax Behavior</i>	Reuven S. Avi-Yonah (2006)	Variabel dependen: <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel independen: <i>Strategic Tax Behavior</i>	Perilaku strategi pajak berpengaruh terhadap <i>corporate social responsibility</i> .
3.	<i>Corporate Social Responsibility, Tax Avoidance, and Tax Aggressiveness</i>	Watson (2012)	Variabel dependen: agresivitas pajak (ETR) Variabel independen : CSR. Menggunakan analisis regresi OLS	Memberikan bukti empiris bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

4.	<i>Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness</i>	Tao Zeng (2012)	Variabel dependen: CSR Variabel independen: agresivitas pajak Menggunakan analisis regresi	Memberikan bukti empiris bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan agresivitas pajak cenderung kurang tertarik untuk bertanggung jawab melakukan CSR
5.	<i>Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis</i>	Lanis dan Richardson (2012)	Variabel dependen: agresivitas pajak (ETR) Variabel independen: CSR Menggunakan analisis regresi Tobit	Memberikan bukti empiris bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan, semakin rendah tingkat agresivitas pajak yang dilakukan
6.	<i>Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: a test of legitimacy theory</i>	Lanis dan Richardson (2013)	Variabel dependen: CSR Variabel independen: agresivitas pajak Menggunakan analisis regresi OLS	Hasil empiris secara konsisten meunjukkan hubungan positif dan signifikan agresivitas pajak perusahaan dan pengungkapan CSR yang membenarkan teori legitimasi dalam konteks agresivitas pajak.

Penelitian ini, mereplika penelitian yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson tahun 2013 yang berjudul “*Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: a test of legitimacy theory*” namun, disesuaikan dengan konteks di Indonesia. Penelitian mengenai topik ini jarang dilakukan di Indonesia serta untuk

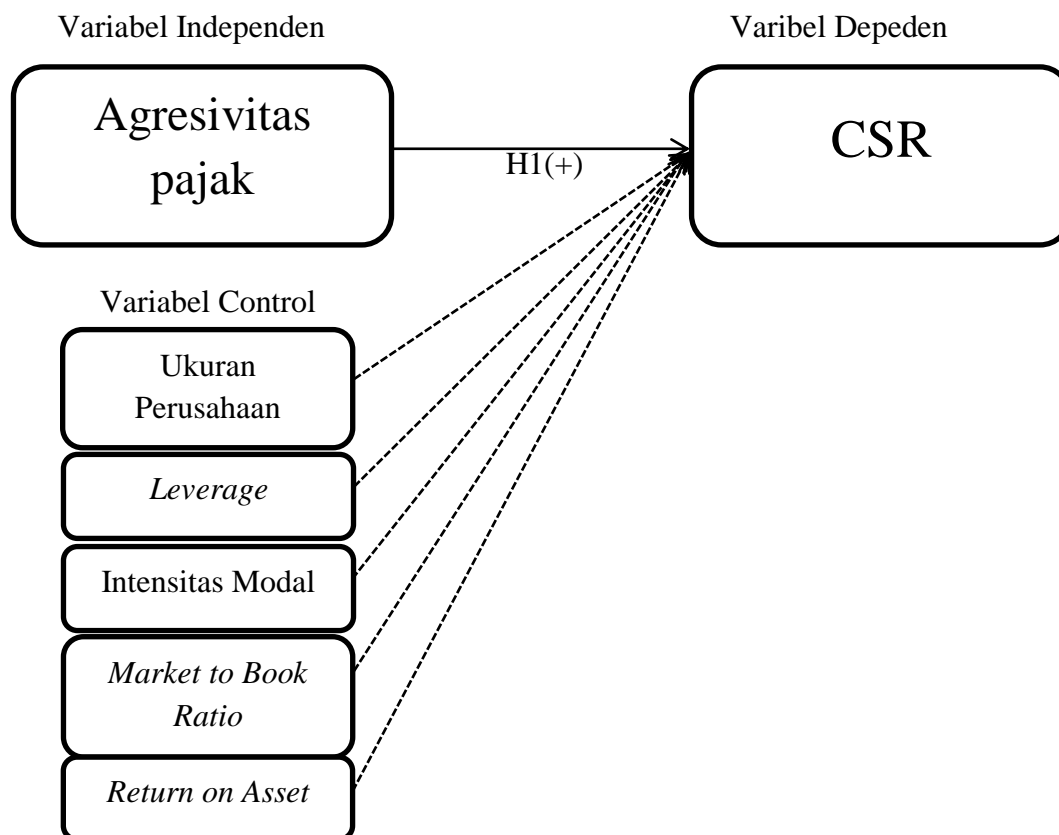
membuktikan perusahaan-perusahaan yang terlibat agresivitas pajak akan melakukan pengungkapan CSR untuk memperoleh legitimasi dari masyarakat.

### **2.3 Kerangka pemikiran**

Perusahaan-perusahaan besar mulai mencari cara untuk meminimalkan beban pajak yaitu melalui tindakan agresif pajak. Perusahaan yang agresif pajak akan cenderung mengungkapkan informasi CSR lebih besar dikarenakan beban pajak perusahaan yang seharusnya dikeluarkan dialihkan untuk beban CSR. Pengungkapan CSR diperlukan sebagai wujud timbal balik kepada masyarakat yang mana, perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya tidak lepas dari lingkungan dan dukungan dari masyarakat. Hal tersebut bertujuan untuk mendapatkan legitimasi positif dari masyarakat. Deegan (2006) dan Dillard dkk. (2004) dalam Ahmad Nurkin (2009) menyatakan bahwa kerangka teoritis yang menjadi kajian selama beberapa tahun untuk menjelaskan mengapa organisasi melaksanakan pelaporan sukarela terkait dengan lingkungan adalah teori legitimasi.

Penelitian ini menguji pengaruh Agresivitas pajak terhadap CSR untuk menguji teori legitimasi. Penelitian ini menggunakan variabel independen, variable dependen dan variabel kontrol. Variabel independen yang digunakan adalah agresivitas pajak dengan menggunakan proksi *Effective Tax Rates* (ETR) sedangkan variable dependennya adalah CSR dan variabel kontrolnya adalah ukuran perusahaan (*SIZE*), *leverage*, intensitas modal (*CAPINT*), *market to book ratio* dan *ROA*. Keterkaitan antar variable tersebut akan dinyatakan dalam kerangka pemikiran sebagai berikut:

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran Teoritis**



#### 2.4 Pengembangan Hipotesis

Kinerja perusahaan tidak lepas dari lingkungan dan masyarakat. Salah satu bentuk interaksi perusahaan dengan masyarakat adalah melalui tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR yang sesuai dengan teori legitimasi. Bentuk tanggung jawab sosial perusahaan bertujuan menarik perhatian masyarakat agar perusahaan tersebut mendapatkan kesan yang baik dan dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan dituntut untuk melakukan CSR agar dapat memperbaiki legitimasi dari masyarakat dan mendapatkan keuntungan. Perusahaan dikatakan berhasil apabila dapat memenuhi harapan masyarakat melalui pelaksanaan tanggung jawab

sosial perusahaan. Sebaliknya, perusahaan akan mengarah pada kegagalan apabila tidak dapat memenuhi harapan masyarakat dan tentunya menimbulkan penyebaran informasi negatif tentang perusahaan tersebut.

Perusahaan dalam melakukan kinerjanya juga tidak hanya fokus memperhatikan masyarakat dan lingkungannya saja, namun perlu memperhatikan kepentingan *stakeholder* juga. Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan dalam melakukan kegiatan operasinya harus mempertimbangkan kepentingan semua pihak yang terlibat dalam aktivitas operasi perusahaan. Perusahaan tidak hanya mementingkan kepentingan *shareholder* saja, akan tetapi juga harus memperhatikan kepentingan masyarakat, pemerintah, konsumen, *supplier*, analis, dan lain sebagainya (Chairiri, 2008). Kinerja perusahaan dikatakan baik apabila mampu memperoleh laba yang tinggi pada tahun berjalan. Laba perusahaan yang tinggi dapat diperoleh dengan cara meminimalkan beban-beban yang dimiliki oleh perusahaan. Salah satu beban yang dimiliki oleh perusahaan adalah beban dalam membayar pajak.

Tindakan meminimalkan beban pajak atau agresivitas pajak di kalangan perusahaan-perusahaan besar sering terjadi, terutama di Indonesia. Perusahaan merasa terbebani dengan banyaknya beban yang ditanggung, misalnya kasus yang saat ini terjadi adalah perusahaan berusaha untuk menekan beban CSR perusahaan dengan meminimalkan beban pajaknya. Tindakan tersebut pada dasarnya tidak sesuai dengan harapan masyarakat dan memiliki dampak negatif terhadap masyarakat karena mempengaruhi kemampuan pemerintah dalam menyediakan barang publik (Lanis dan Richardson, 2013). Kewajiban dalam membayar pajak

seharusnya dilaksanakan dengan baik oleh perusahaan. Namun, banyak perusahaan justru melanggar peraturan perundang-undangan pajak dengan mengurangi pajak yang seharusnya dibebankan kepada perusahaan tersebut. Perilaku ini membuat manfaat pajak tidak maksimal dalam menyejahterakan masyarakat. Padahal pajak dipandang sebagai dividen yang dibayar oleh perusahaan kepada masyarakat sebagai imbalan telah menggunakan sumber daya yang tersedia (Harari, et.al, 2012).

Menurut Avi Yonah (2008) dan Symons (2008) menyatakan bahwa tindakan sengaja dengan tujuan meminimalkan pajak perusahaan dianggap tidak sah. Perilaku ini dianggap sebagai tindakan menyimpang yang tidak sesuai dengan peraturan hukum atau tindakan yang ilegal demi kepentingan perusahaan. Tindakan agresivitas tidak sesuai dengan harapan masyarakat dan pemerintah serta bertentangan dengan teori legitimasi.

Berdasarkan uraian di atas jelas bahwa perusahaan yang melakukan agresivitas pajak akan meminimalkan pembayaran pajak perusahaan demi pencapaian keuntungannya. Perusahaan dapat memperoleh keuntungan baik dari segi *finansial* maupun *non finansial*. Apabila dari segi *finansial* perusahaan dapat memperoleh laba yang tinggi dengan membayar pajak yang rendah. *Stakeholder* dapat memperoleh dividen yang tinggi sejalan dengan meningkatnya laba perusahaan. Namun di sisi lain, pemerintah akan mengalami kerugian akibat dari tindakan manipulasi (kecurangan) perusahaan tersebut. Sedangkan dari segi *non finansial*, perusahaan yang terlibat dalam agresivitas pajak akan mendapat tanggapan negatif publik dari masyarakat. Tanggapan tersebut merupakan bentuk

kegagalan perusahaan dalam memenuhi harapan masyarakat karena melakukan kecurangan terhadap pembayaran pajak (Christesen dan Murphy, 2004; Landolf, 2006; Williams, 2007; Landolf dan Symons, 2008; ATO, 2009).

Menurut Deegan, *et al* (2002), teori legitimasi menunjukkan bahwa perusahaan yang agresif pajak akan cenderung mengungkapkan informasi tambahan terkait dengan kegiatan CSR di berbagai bidang dalam rangka meringankan perhatian publik serta mencari simpati dari masyarakat. Semakin tinggi tindakan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan, diharapkan perusahaan dapat memaksimalkan pengungkapan CSR.

Terdapat beberapa penelitian yang telah menguji hubungan antara pengungkapan sosial dengan teori legitimasi, namun hasil analisis yang dihasilkan tidak memperoleh hasil yang signifikan. Guthrie dan Parker (1989) dalam Lanis dan Richardson (2013) melakukan penelitian berkaitan dengan agresivitas pajak pada perusahaan pertambangan di Australia. Menurut teori legitimasi, perusahaan yang melakukan agresivitas pajak memerlukan pengungkapan informasi tambahan mengenai CSR untuk memenuhi harapan masyarakat. Namun, hasil penelitian tersebut gagal karena dianggap tidak konsisten. Penelitian serupa dilakukan oleh Deegan, *et.al* (2002) dalam Lanis dan Richardson (2013) dengan menganalisis laporan tahunan perusahaan agresivitas pajak yang sama di Australia. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa ada hubungan antara masyarakat terhadap isu-isu sosial, lingkungan tertentu dan pengungkapan CSR dalam laporan tahunan yang mana mengaitkan CSR dengan liputan media.

Penelitian tersebut bertentangan dengan penelitian Guthrie dan Parker (1989). Deegan, et.al (2002) menyimpulkan bahwa ada hubungan teori legitimasi yang mendasari tindakan agresivitas pajak. Serta terdapat penelitian yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson pada tahun 2013 yang menguji pengaruh antara agresivitas pajak terhadap CSR untuk menguji teori legitimasi dan menunjukkan hasil yang positif.

Berdasarkan uraian di atas dan belum adanya arah konsistensi yang jelas mengenai hubungan agresivitas pajak terhadap CSR untuk menguji teori legitimasi, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H1 : Agresivitas pajak berhubungan positif dengan CSR

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

##### **3.1.1 Variabel Dependen**

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Corporate social and responsibility*, dimana pengungkapan CSR yang dilakukan oleh suatu perusahaan merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan. Pada penelitian ini mengadopsi indikator penelitian Hackston dan Milne (1996) dalam Lanis dan Richardson (2013) dengan menggunakan instrumen interogasi, *check list* dan keputusan yang relevan. Pengukuran *check list* ini dilakukan dengan mencocokkan item pada *check list* dengan item yang diungkapkan perusahaan.

Indikator tersebut seperti yang digunakan di Indonesia oleh Sembiring (2005) yang mana pengungkapan tersebut terdiri atas tujuh kategori yaitu lingkungan, energi, kesehatan, dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Jumlah item yang diungkapkan perusahaan pertambangan dan properti adalah sejumlah 78 item yang terdiri atas kategori lingkungan (13 item), kategori energi (7 item), kategori kesehatan dan keselamatan tenaga kerja (8 item), kategori lain-lain tenaga kerja (29 item), kategori produk (10 item), kategori keterlibatan masyarakat (9 item), dan kategori umum (2 item). Maka rumus untuk pengukuran pengungkapan CSR yaitu:

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

TCSRI<sub>i</sub> : Indeks luas pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan

$\sum X_{yi}$  : Nilai 1 = jika item y diungkapkan; 0 = jika item y tidak diungkapkan.

y : Item yang diharapkan diungkapkan

$n_i$  : Jumlah item untuk perusahaan i,  $n_i \leq 78$ .

### 3.1.2 Variabel Independen

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak. Agresivitas pajak merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk meminimalkan beban pajak yang akan dibayar dengan cara yang legal maupun ilegal. Adapun yang menjadi proksi utama dalam penelitian ini adalah *Effective Tax rates* (ETR).

ETR menggambarkan presentase total beban pajak penghasilan yang dibayarkan perusahaan dari seluruh total pendapatan sebelum pajak. Selain itu, ETR merupakan proksi yang paling banyak digunakan dalam penelitian terdahulu dan untuk mengetahui adanya agresivitas pajak dapat dilihat dari nilai ETR yang rendah (Lanis dan Richardson, 2013). ETR yang rendah menunjukkan beban pajak penghasilan lebih kecil dari pendapatan sebelum pajak. Proksi ETR dapat dihitung dari :

$$ETR = \frac{\text{Beban pajak penghasilan}}{\text{Pendapatan sebelum pajak}}$$

### 3.1.3 Variabel Kontrol

Variabel Kontrol adalah Variabel yang dikendalikan atau dibuat konstan sehingga hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat tidak dipengaruhi oleh faktor luar yang tidak diteliti.

#### 3.1.3.1 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dilihat dari total aset yang dimiliki. Ukuran perusahaan menurut Lanis dan Richardson (2013) dapat diukur dengan logaritma natural total aset dengan rumus sebagai berikut:

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

#### 3.1.3.2 Leverage

Rasio *leverage* digunakan oleh manajer dalam rangka pengambilan keputusan pendanaan, dimana hal ini dapat diukur dengan mengukur proporsi total hutang jangka panjang terhadap total aset yang dimiliki perusahaan. *Leverage* menurut Lanis dan Richardson (2013) dihitung dari:

$$LEV = \frac{\text{Total Hutang jangka panjang}}{\text{Total aset}}$$

#### 3.1.3.3 Intensitas Modal

Intensitas modal merupakan ukuran perusahaan yang diinvestasikan dalam bentuk aset tetap dari seberapa besar aset perusahaan yang dimiliki. *Capital intensity* menurut Lanis dan Richardson (2013) dihitung dari :

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

#### **3.1.3.4 Market to Book Ratio**

*Market to book ratio* merupakan rasio untuk mengukur seberapa besar pertumbuhan perusahaan di masa depan. Pertumbuhan perusahaan merupakan kemampuan perusahaan untuk memiliki investasi di masa depan. *Market to book ratio* menurut Lanis dan Richardson (2013) dapat diukur dengan :

$$\text{MTB} = \frac{\text{Nilai pasar}}{\text{nilai buku}}$$

#### **3.1.3.5 Return On Asset (ROA)**

Profitabilitas dapat diukur dengan proksi ROA, yaitu perbandingan profitabilitas sebelum pajak terhadap total aset. Sehingga profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba yang dihasilkan dari total aset yang dimiliki. ROA diukur dengan menggunakan proksi pada model Lanis dan Richardson (2013) yaitu:

$$\text{ROA} = \frac{\text{pendapatan sebelum pajak (EBIT)}}{\text{total aset}}$$

### **3.2 Populasi dan Sampel**

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua perusahaan pertambangan dan properti yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2009-2012 dikarenakan untuk mengetahui tren perkembangan terbaru perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas pajak dan melakukan tanggung jawab sosialnya. Pengambilan populasi pada perusahaan pertambangan dan properti ini

dikarenakan sektor tersebut terindikasi sering melakukan tindakan agresivitas pajak (Direktur Intelejen dan Penyidikan DJP Yuli Kristitono) dalam berita Metro. Perusahaan melakukan agresivitas pajak karena pendapatan yang diperoleh relatif besar. Selain itu, perusahaan pertambangan memiliki tanggung jawab yang besar dikarenakan sektor ini banyak merusak lingkungan dan dengan adanya hal itu dibutuhkan wujud timbal balik kepada masyarakat dan sama halnya pada perusahaan properti Menurut DJP Intelejen dan penyidikan DJP Yuli Kristiyono dalam berita Metro melakukan tindakan agresivitas pajak untuk menyembunyikan keuntungan yang diperoleh.

Metode pengambilan sampel yang diambil dari populasi perusahaan pertambangan dan properti menggunakan *purposive sampling*. Metode ini merupakan pengambilan sampel dengan menggunakan kriteria-kriteria tertentu sehingga sampel penelitian ini menggunakan kriteria-kriteria sebagai berikut :

1. Melaporkan laporan tahunan secara berturut-turut dari tahun 2009-2012 di IDX.
2. Mengungkapkan CSR *disclosure* dalam laporan tahunan.
3. Memiliki profitabilitas yang positif selama periode penelitian.

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan merupakan data kuantitatif, sedangkan sumber data yang digunakan merupakan jenis data sekunder. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan pertambangan dan properti yang listing di BEI selama tahun 2009 sampai dengan tahun 2012, yang didokumentasikan dalam [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) serta sumber lain yang

relevan seperti *Indonesia Capital Market Directory* (ICMD). Data yang diambil berupa data panel untuk perusahaan-perusahaan pada sektor pertambangan dan properti yang listing di BEI pada tahun 2009-2012.

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi pustaka. Metode ini merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan telaah pustaka, eksplorasi dan mengkaji berbagai sumber seperti buku, jurnal dan sumber lain yang berkaitan dengan penelitian.

Metode dokumentasi merupakan metode pengumpulan data-data sekunder yaitu berasal dari sumber yang ada. Data sekunder pada penelitian ini dapat diperoleh dengan mengakses website [www.idx.go.id](http://www.idx.go.id).

### **3.5 Metode Analisis Data**

#### **3.5.1 Statistik Deskriptif**

Menurut Ghozali (2011) statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai distribusi, nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, maksimum, dan minimum pada masing-masing variabel yaitu agresivitas pajak, pengungkapan CSR, ukuran perusahaan (*size*), *leverage*, intensitas modal (*Capint*), *market to book ratio*, dan *ROA*

#### **3.5.2 Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik terhadap model regresi digunakan agar dapat mengetahui apakah model regresi tersebut merupakan model regresi yang baik atau tidak (Ghozali, 2011:130). Analisis regresi yang dilakukan dengan metode

*Ordinary Least Square* (OLS) harus memenuhi syarat uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas.

### **3.5.2.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2011). Uji-t dan uji-F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Apabila nilai residual yang dihasilkan tidak terdistribusi secara normal, maka uji statistik menjadi tidak valid.

Cara untuk mendeteksi apakah variabel terdistribusi secara normalitas, yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar dalam pengujian normalitas ini adalah :

- a) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas

Apabila pendeteksian normalitas hanya dengan cara melihat grafik, maka hasil yang didapat akan menyesatkan karena kemungkinan ketidak hati-hatian

secara visual kelihatan normal, padahal secara statistik menunjukkan ketidaknormalan dalam pendistribusian.

Oleh sebab itu, dalam pengujian normalitas selain uji grafik harus dilengkapi dengan uji statistik. Uji statistik yang digunakan adalah uji statistik non-parametrik kolmogorov-smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis :

$H_0$  : Data residual berdistribusi normal

$H_a$  : Data residual tidak berdistribusi normal

### **3.5.2.2 Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. (Ghozali, 2011).

Uji autokorelasi dapat dideteksi dengan berbagai macam cara salah satunya menggunakan run test. Run test merupakan bagian dari statistik non parametrik yang digunakan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi. Hubungan korelasi dapat dikatakan acak apabila antar residual tidak terdapat hubungan korelasi (Ghozali, 2011).

$H_0$ : residual(res\_1) random (acak)

$H_1$ : residual (res\_1) tidak random

### 3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2011) mengatakan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dan residual menghasilkan tetap dari satu pengamatan ke pengamatan lain, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang tidak heteroskedastisitas atau dengan kata lain terjadinya Homoskedastisitas.

Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada model regresi yang akan diuji, yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ( $Y$  prediksi –  $Y$  sesungguhnya) yang telah di – studentized (Ghozali, 2011). Dasar analisis dalam pengujian ini adalah :

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pengujian menggunakan grafik *plots* memiliki kelemahan yaitu pengamatan pada sampel kecil yang mempengaruhi hasil plotting, untuk itu diperlukan uji statistik agar mendapatkan hasil yang lebih *detail* dan dapat menjamin keakuratan

hasil. Terdapat beberapa uji statistik yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedesitas. Salah satunya yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji glejser. Menurut Gujarati (2003) dalam Ghozali (2011) uji glejser dilakukan dengan cara meregresikan variabel independen terhadap nilai absolut residual. Persamaan regresinya adalah :

$$|U_t| = \alpha + \beta X_t + v_t$$

Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedesitas. Apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedesitas namun apabila kurang dari 0,05 maka terjadi heteroskedesitas.

### 3.5.3 Pengujian Hipotesis

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan model regresi *Ordinary Least Square* (OLS). Analisis regresi OLS ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Pada intinya pengujian menggunakan model regresi OLS menurut Ghozali (2011) adalah untuk 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:

$$\text{TCSR} = \alpha_0 + \beta_1 \text{ETR} + \beta_2 \text{SIZE} + \beta_3 \text{LEV} + \beta_4 \text{CAPINT} + \beta_5 \text{MTB} + \beta_6 \text{ROA} + e$$

Keterangan:

TCSR	: Total CSR yang diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan keuangan perusahaan
$\alpha_0$	: konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$	: Koefisien variabel
ETR	: Agresifitas pajak perusahaan
<i>SIZE</i>	: Ukuran perusahaan
LEV	: <i>Leverage</i>
CAPINT	: Intensitas modal
MTB	: <i>Market to book ratio</i>
ROA	: <i>Return on asset</i>
e	: error

### 3.5.3.1 Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Menurut Ghozali (2011) menyatakan bahwa koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam rangka menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Menurut Gujarati (2003) dalam Ghozali (2011) menyatakan jika dalam uji empiris didapat nilai adjusted R<sup>2</sup> negatif, maka nilai *adjusted R<sup>2</sup>* dianggap nol.

### 3.5.3.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2011) menyatakan bahwa pada dasarnya uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model

mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji ini yaitu menggunakan quick look yang berarti  $H_0$  dapat ditolak pada derajat kepercayaan 5% apabila nilai F lebih besar daripada 4 dan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel yang berarti apabila nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_A$ .

### **3.5.3.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)**

Menurut Ghozali (2011) Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Cara melakukan uji t yaitu dengan *quick look* yang artinya apabila jumlah df adalah 20 atau lebih dan derajat kepercayaan sebesar 5% maka  $H_0$  yang menyatakan  $\beta_i = 0$  dapat diolak bila nilai t lebih besar dari 2 dan dengan cara membandingkan nilai t hasil dengan titik kritis menurut tabel. Apabila t hasil lebih tinggi daripada t tabel, maka  $H_A$  yang menyatakan variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.