

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

**(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia Tahun 2011-2013)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

INTAN AYU UTARI

NIM. 12030110120141

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2014

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Intan Ayu Utari

Nomor Induk Mahasiswa : 12030110120141

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Usulan Penelitian Skripsi : **PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK
TERHADAP *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* : UNTUK MENGUJI
TEORI LEGITIMASI(Studi Empiris Pada
Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di
Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013)**

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

Semarang, 29 Oktober 2014

Dosen Pembimbing,

Prof. Dr.H. Abdul Rohman,S.E., M.Si., Akt.

NIP. 196601081992021001

PENGESAHAN KELULUSAN

Nama : Intan Ayu Utari

Nomor Induk Mahasiswa : 12030110120141

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Usulan Penelitian Skripsi : **PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK
TERHADAP *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* : UNTUK MENGUJI
TEORI LEGITIMASI(Studi Empiris Pada
Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di
Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013)**

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

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 18 November 2014

Tim Penguji :

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

2. Drs. Dul Mu'id, M.Si., Akt. (.....)

3. Nur Cahyonowati, S.E., M.Si., Akt. (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Intan Ayu Utari, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap *Corporate Social Responsibility*: Untuk Menguji Teori Legitimasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013)** 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, 29 Oktober 2014

Yang membuat pernyataan,

Intan Ayu Utari

NIM. 12030110120141

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of corporate tax aggressiveness with corporate social responsibility (CSR): to test legitimacy theory. Independent variable 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 one control variables, ROA.

This study is a replication of the study by Lanis and Richardson(2013) and use 159 manufacturing companies that listed on the Indonesia Stock Exchange in the period 2011-2013 as the sample. Samples were selected by purposive sampling method and finally obtained 53 manufacturing companies per year that fulfill the criterias. Data were analyzed using ordinary least square regression analysis model..

This study showed that the aggressiveness of corporate taxes significantly and positively related to CSR. Companies that have a high 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 satu variabel kontrol yaitu ROA.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson (2013) dengan menggunakan 159 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2011-2013 sebagai sampel penelitian. Sampel penelitian dipilih dengan metode *purposive sampling* dan diperoleh 53 perusahaan per tahun yang memenuhi kriteria. Data dianalisis menggunakan model analisis regresi *ordinary least square*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa agresivitas pajak perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan yang memiliki tingkat agresivitas yang tinggi 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

Barang siapa menuntut ilmu, maka Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga. Dan tidaklah berkumpul suatu kaum di salah satu dari rumah-rumah Allah, mereka membaca kitabullah dan saling mengajarkannya diantara mereka, kecuali akan turun kepada mereka ketenangan, diliputi dengan rahmah, dikelilingi oleh para malaikat, dan Allah akan menyebut-nyebut mereka kepada siapa saja yang ada disisi-Nya. Barang siapa terlambat-lambat dalam amalannya, niscaya tidak akan bisa dipercepat oleh nasabnya.

(H.R Muslim dalam Shahih-nya)

Ketika hendak melakukan sesuatu, mintalah restu kedua orang tua, karena ridho Allah SWT terletak pada ridho orang tua.

man jadda wajada man shabara zhafira

“ barang siapa yang bersungguh-sungguh pasti akan berhasil dan barang siapa yang bersabar pasti akan beruntung “

(Peribahasa Arab)

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

Papah, mamah, nenek, kakak dan adikku tercinta

Sahabat-sahabatku tersayang

Terima kasih untuk dukungan, motivasi, inspirasi dan doa

yang senantiasa mengiringi setiap langkahku

You're the greatest gift that God ever gave

Love you...

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran 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 Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013)”**. 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 I Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
3. Bapak Prof. Dr. H. Muchamad Syafruddin, M.Si., Akt., selaku Ketua Jurusan Akuntansi
4. Bapak Prof. Dr. H. Abdul Rohman, S.E., M.Si., Akt., selaku dosen pembimbing yang telah sabar dan selalu bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.
5. Bapak Fuad, S. E. T., M.Si., Akt., Ph.D., selaku Dosen Wali atas pengarahan yang diberikan selama proses perwalian.
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 Gunawan Wahyu Djatmiko dan Ibu Dewi Retno Sulistyowati yang selalu memberikan motivasi, inspirasi, nasehat dan doa yang tiada henti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar serta nenek-nenekku tercinta Sri Sulastri, Sardjimah dan Soenarti yang selalu memberikan nasehat dan doa yang tiada henti.
9. Kakakku tercinta Pandu Irawan serta adikku tercinta Mega Ayu Annisa yang selalu menjadi tempat berbagi dan berkeluh kesah. Terima kasih atas motivasi dan doa yang tiada henti.
10. Sahabat-sahabat superku Ditta Elfratianti Claudya, Marlina Liftiani, Oktavia Dwi Nur, Cut Nur Aisyah, Klara Rose Wijaya, Fanniya Dyah Prameswari, Lupita Ade A, Raisya Hayyu, yang selalu mendengarkan keluh kesahku dan selalu menemaniku dalam suka maupun duka. *I am happy to have you all !*
11. Sahabat-sahabat terbaikku Aun Sauma Amalia, Vony Merina, Eirine Vildanny Budiman, Yunita Ihtiani, Desti Ambarningsih, Andi Allegri Vivaldi, Herwin TP Manik, yang selalu jadi tempat berbagi dan berkeluh kesah. Terima kasih untuk canda tawa dan persahabatan yang indah ini. *I am happy to be part of you all, guys !*
12. Teman-teman tim II KKN Desa Sidomulyo, Kec. Salaman Magelang: Emi, Elisabeth, Ayu, Yuda, Patrick, Dhanes, Vega, Mas Bayu, dan Mas Yanuar. Terima kasih untuk kebersamaan dan kekeluargaan serta persahabatan yang terjalin hingga saat ini.
13. Seluruh teman-teman Akuntansi Reguler I angkatan 2010. Terima kasih untuk kebersamaan dan kekeluargaan yang terjalin selama ini. *God always bless us to be success !*

Semarang, 29 Oktober 2014

Intan Ayu Utari

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	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Teori Legitimasi.....	10
2.1.2 Agresivitas Pajak	11
2.1.3 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	12
2.1.4 <i>CSR Disclosure</i>	14
2.1.5 Variabel Kontrol	15
2.1.5.1 <i>Return On Asset (ROA)</i>	15
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Kerangka Pemikiran	20
2.4 Pengembangan Hipotesis	21
BAB III METODE PENELITIAN	25

3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	25
3.1.1	Variabel Dependen	25
3.1.2	Variabel Independen	26
3.1.3	Variabel Kontrol	26
3.1.3.1	<i>Return On Asset (ROA)</i>	27
3.2	Populasi dan Sampel	27
3.3	Jenis dan Sumber Data	28
3.4	Metode Pengumpulan Data	28
3.5	Metode Analisis Data	29
3.5.1	Statistik Deskriptif	29
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	29
3.5.2.1	Uji Normalitas	29
3.5.2.2	Uji Multikolonieritas	30
3.5.2.3	Uji Autokorelasi	31
3.5.2.4	Uji Heteroskedastisitas	32
3.5.3	Pengujian Hipotesis	34
3.5.3.1	Koefisien Determinasi (R^2)	34
3.5.3.2	Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	35
3.5.3.3	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)	35
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		36
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	36
4.2	Analisis Data	36
4.2.1	Statistik Deskriptif	36
4.2.2	Uji Asumsi Klasik	38
4.2.2.1	Uji Normalitas	38
4.2.2.2	Uji Multikolonieritas	40
4.2.2.3	Uji Autokorelasi	41
4.2.2.4	Uji Heteroskedastisitas	43
4.2.3	Uji Hipotesis	45
4.2.3.1	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	45
4.2.3.2	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	46
4.2.3.3	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)	46
4.3	Pembahasan	48
4.3.1	Pembahasan Hasil Uji Hipotesis	48
4.3.2	Variabel Kontrol	49
BAB V PENUTUP		51
5.1	Kesimpulan	51

5.2	Keterbatasan Penelitian	51
5.3	Saran.....	52
	DAFTAR PUSTAKA.....	54
	LAMPIRAN	58

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	18
Tabel 4.1 Ringkasan Pengambilan Sampel Penelitian	36
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif	37
Tabel 4.3 One-Sample Kolmogorov-Smirnov	40
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolonieritas	41
Tabel 4.5 Hasil Uji Durbin-Waston	42
Tabel 4.6 Hasil Uji Glejser	44
Tabel 4.7 Hasil Uji Determinasi	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Statistik T	47

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 4.1 Grafik Histogram Regresi	39
Gambar 4.2 Grafik Uji Normal P-Plot	39
Gambar 4.3 Grafik Scaterplot	43

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Daftar Perusahaan Sampel	58
Lampiran B Index Pengungkapan CSR Sembiring.....	61
Lampiran C Tabulasi Data	64
Lampiran D Hasil Uji Statistik Deskriptif	74
Lampiran E Hasil Uji Asumsi Klasik	75
Lampiran F Hasil Uji Hipotesis	79

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pajak memegang peranan penting dalam perekonomian negara kita. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum Perpajakan pasal 1 ayat 1, definisi pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang tertuang oleh pribadi dan atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Perusahaan sebagai salah satu wajib pajak mempunyai kewajiban membayar pajak yang besarnya dihitung dari laba bersih yang diperolehnya. Semakin besar pajak yang dibayarkan perusahaan, maka pendapatan negara semakin banyak. Namun sebaliknya bagi perusahaan, pajak merupakan beban yang akan mengurangi laba bersih.

Bagi perusahaan, pajak yang dibayarkan merupakan proses transfer kekayaan dari pihak perusahaan kepada negara sehingga dapat dikatakan bahwa pembayaran pajak merupakan biaya yang cukup besar bagi perusahaan dan pemilik (Sari, 2010). Oleh karena itu, perusahaan cenderung melakukan usaha penghematan pajak sebagai upaya untuk dapat membayar pajak dengan seefisien mungkin.

Lanis dan Richardson (2013) menyatakan bahwa bagi perusahaan pajak merupakan faktor pendorong dalam keputusan perusahaan. Tindakan manajerial yang dirancang untuk meminimalkan pajak perusahaan melalui kegiatan agresivitas pajak menjadi fitur yang semakin umum di lingkungan perusahaan di seluruh dunia. Tindakan agresivitas pajak perusahaan dapat memberikan biaya dan manfaat yang signifikan. Menurut Slemrod (2004) dalam Balakrishnan, Blouin dan Guay (2010) 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 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 implikasi 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.

Warhurst (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 CSRCarrol (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.

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*). Hasil regresi yang ditemukan menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR dari suatu perusahaan, semakin rendah tingkat agresivitas pajak perusahaan tersebut.

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.

Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Octaviana (2014) yang berjudul "*Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap Corporate Responsibility : untuk menguji teori legitimasi*". Penelitian ini menggunakan data perusahaan pertambangan dan properti yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2012. Penelitian ini menggunakan variabel dependen yang digunakan adalah CSR dan variabel independennya adalah agresivitas pajak serta menggunakan 6 variabel kontrol yaitu ukuran perusahaan (*SIZE*), *leverage*, intensitas modal (*CAPINT*), *market to book ratio* dan *ROA*. Hasil penelitian secara empiris menunjukkan bahwa agresivitas pajak berpengaruh negatif terhadap CSR.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada objek penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2011-2013. Penelitian ini mengurangi beberapa variable kontrol dari penelitian terdahulu. Variable kontrol yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Return On Asset*(ROA). Agresivitas pajak merupakan aktivitas yang tidak bertanggung jawab secara sosial, sementara CSR penting untuk diungkapkan perusahaan agar perusahaan tetap *going concern*. Oleh karena itu diperlukan penelitian lebih lanjut untuk 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. Bagi pemerintah, pajak merupakan sumber pendapatan negara. Sedangkan bagi perusahaan pajak merupakan beban yang mengurangi laba bersih, sehingga menimbulkan niat perusahaan untuk meminimalkan beban pajak dengan cara legal, ilegal, atau kedua-duanya. Perusahaan yang melakukan agresivitas pajak berusaha meminimalkan pajak perusahaannya. 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 legitimasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut :

1. Bagi bidang akademik, penelitian ini dapat sebagai referensi dan tambahan pengetahuan bagi peneliti terkait dengan pengungkapan CSR dan agresivitas pajak.
2. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat menunjukkan bahwa sikap perusahaan terhadap CSR akan memberikan dampak secara luas tidak hanya pada kinerja perusahaan saja, tetapi juga sikapnya terhadap pajak.
3. Bagi investor, agar lebih berhati-hati dalam menanamkan modalnya di perusahaan serta bermanfaat sebagai bahan pertimbangan untuk mengevaluasi tanggung jawab sosial suatu perusahaan yang dapat mempengaruhi *sustainability* dan *image* perusahaan tersebut.
4. Bagi pihak regulator, seperti Direktorat Jenderal Pajak, penelitian ini menyediakan wawasan penting bagi para pembuat kebijakan pajak yang berusaha untuk mengidentifikasi risiko agresivitas pajak perusahaan lebih tinggi.

1.5 Sistematika Penulisan

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

BAB I : PENDAHULUAN

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

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Bab telaah pustakaberisi landasan teori,penelitian terdahulu, serta kerangka pemikiran dan pengembangan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab metode penelitian berisi variabel penelitian dan definisi operasional penelitian, penentuan populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis yang digunakan.

BAB IV : HASIL DAN ANALISIS

Bab hasil dan analisis berisi deskripsi objek penelitian, analisis hasil penelitian, dan pembahasan penelitian.

BAB V: PENUTUP

Bab penutup berisi kesimpulan dan saran atas penelitian selanjutnya

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Legitimasi

Legitimasi dianggap penting bagi perusahaan dikarenakan legitimasi masyarakat kepada perusahaan menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan ke depan. O'Donovan (2000) berpendapat legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian legitimasi memiliki manfaat untuk mendukung keberlangsungan hidup suatu perusahaan.

Teori legitimasi menjelaskan bahwa praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan harus dilaksanakan sebaik mungkin agar nantinya aktivitas dan kinerja perusahaan mendapat respon yang baik masyarakat. Adapun dengan respon positif tersebut akan dapat melahirkan nilai yang baik perusahaan di mata masyarakat dan otomatis dapat meningkatkan pencapaian laba oleh pihak perusahaan. Tentu hal ini akan menjadi keuntungan bagi perusahaan, karena dengan nilai yang sudah terbangun, akan bisa memberikan ketertarikan pada pihak investor untuk mau berinvestasi di perusahaan.

Deegan, *et al* (2002) menyatakan legitimasi dapat diperoleh manakala terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan tidak mengganggu atau sesuai (*congruent*) dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan

lingkungan. Ketika terjadi pergeseran yang menuju ketidaksesuaian, maka pada saat itu legitimasi perusahaan dapat terancam. Lindblom (1994) menyarankan bahwa suatu perusahaan dapat mengungkapkan CSR untuk memperlihatkan perhatian manajemen terhadap nilai-nilai masyarakat dari pengaruh negatif aktivitas perusahaan.

Dasar pemikiran teori ini adalah perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa perusahaan beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri. Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk menyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat.

2.1.2 Agresivitas Pajak

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

Pembayaran pajak bagi perusahaan merupakan transfer kekayaan dari perusahaan kepada pemerintah maka beban pajak yang dibayarkan tersebut merupakan biaya yang sangat besar bagi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan akan cenderung melakukan usaha penghindaran dan/atau penghematan pajak sebagai upaya untuk dapat membayar pajak dengan seefisien mungkin. Terkadang pemilik atau pemegang saham menginginkan perusahaan untuk meminimalkan pembayaran pajaknya untuk dapat memaksimalkan nilai perusahaan.

Sari dan Martani (2010) juga menyatakan suatu agresivitas pelaporan pajak adalah situasi ketika perusahaan melakukan kebijakan pajak tertentu dan suatu hari terdapat kemungkinan tindakan pajak tersebut tidak akan diaudit atau dipermasalahkan dari sisi hukum, namun tindakan ini berisiko karena ketidakjelasan posisi akhir (apakah tindakan pajak tersebut dianggap melanggar atau tidak melanggar hukum yang berlaku).

Pembayaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan memiliki implikasi 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).

Salah satu cara untuk mengukur perusahaan yang melakukan agresivitas pajak yaitu dengan menggunakan proksi *Effective Tax Rates (ETR)*. *Effective Tax Rates (ETR)* pada dasarnya adalah sebuah besaran tarif pajak yang ditanggung oleh perusahaan. Menurut Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa ETR merupakan proksi yang paling banyak digunakan pada penelitian terdahulu. Semakin rendah nilai ETR yang dimiliki perusahaan maka semakin tinggi tingkat agresivitas pajak.

2.1.3 Corporate Social Responsibility (CSR)

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 menghindari 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.

Kini dunia usaha tidak lagi hanya memperhatikan catatan keuangan perusahaan semata (*single bottom line*), melainkan sudah meliputi keuangan, sosial, dan aspek lingkungan yang biasa disebut (*Triple bottom line*). Sinergi tiga elemen ini merupakan kunci dari konsep pembangunan berkelanjutan (Siregar, 2007). Ada banyak ragam penafsiran tentang CSR. Definisi CSR yang berlaku saat ini mendukung bahwa perusahaan harus terlibat dengan para stakeholder untuk penciptaan nilai jangka panjang. Hal ini bukan berarti bahwa para pemegang saham tidaklah penting, atau profitabilitas yang tidak penting untuk kesuksesan bisnis. Sebaliknya, agar perusahaan dapat bertahan dan menguntungkan, maka harus terlibat dengan berbagai stakeholder yang pandangannya terhadap keberhasilan perusahaan sangat bervariasi (Bichta, 2003).

2.1.4 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 Hackson 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*.

2.1.5 Variabel Kontrol

2.1.5.1 Return on Asset(ROA)

Return on Asset(ROA) merupakan salah satu rasio profitabilitas. ROA mampu mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada masa lampau untuk kemudian diproyeksikan di masa yang akan datang. *Assets* atau aktiva yang dimaksud adalah keseluruhan harta perusahaan yang diperoleh dari modal sendiri maupun dari modal asing yang telah diubah perusahaan menjadi aktiva-aktiva perusahaan yang digunakan untuk kelangsungan hidup perusahaan.

ROA merupakan perbandingan antara laba sebelum bunga dan pajak (EBIT) dengan total aktiva yang dimiliki perusahaan. ROA yang positif menunjukkan bahwa dari total aktiva yang dipergunakan untuk beroperasi, perusahaan mampu memberikan laba bagi perusahaan. Sebaliknya apabila ROA yang negatif menunjukkan bahwa dari total aktiva yang dipergunakan, perusahaan mendapatkan kerugian. Jadi jika suatu perusahaan mempunyai ROA yang tinggi maka perusahaan

tersebut berpeluang besar dalam meningkatkan pertumbuhan. Tetapi jika total aktiva yang digunakan perusahaan tidak memberikan laba maka perusahaan akan mengalami kerugian dan akan menghambat pertumbuhan.

Penelitian yang dilakukan oleh Xing dan Shujung (2007) menunjukkan hubungan yang positif antara kemampuan menghasilkan laba perusahaan dengan tarif pajak efektif. Berdasarkan konsep kemampuan menghasilkan laba perusahaan akan menunjukkan semakin meningkatnya laba perusahaan dapat secara langsung mempengaruhi tarif efektif perusahaan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai agresivitas pajak telah banyak dilakukan, demikian dengan penelitian mengenai CSR. Namun, masih sedikit penelitian yang mengaitkan antara agresivitas pajak dan CSR untuk mengujian teori legitimasi.

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.

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

Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Octaviana (2014) yang berjudul “*Pengaruh Agresifitas Pajak terhadap Corporate Responsibility : untuk menguji teori legitimasi*”. Pada penelitian tersebut variabel dependen yang digunakan adalah CSR dan variabel independennya adalah agresivitas pajak menggunakan analisis regresi OLS. Hasil penelitian secara empiris menunjukkan bahwa agresivitas pajak berpengaruh negatif terhadap CSR.

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, Michaela 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

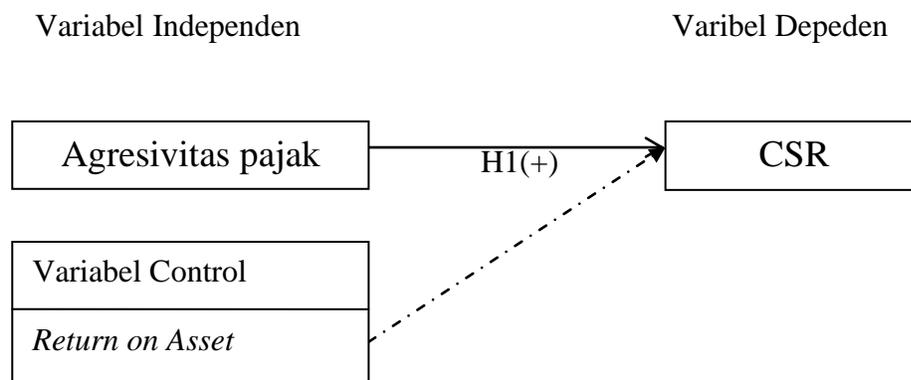
2.	<i>Corporate Social Responsibility, Tax Avoidance, and Tax Aggressiveness</i>	Watson (2012)	Variabel dependen: agresivitas pajak (ETR) Variabel independen : CSR. Menggunakan analisis regresi OLS	Memberikan bukti empiris bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.
3.	<i>Corporate Social 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
4.	<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
5.	<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 menunjukkan hubungan positif dan signifikan agresivitas pajak perusahaan dan pengungkapan CSR yang membenarkan teori legitimasi dalam konteks agresivitas pajak.
6.	<i>Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap Corporate Responsibility : untuk menguji teori legitimasi</i>	Natasya ElmaOctaviana (2014)	Variabel dependen: CSR Variabel independen: agresivitas pajak Menggunakan analisis regresi OLS	Hasil penelitian secara empiris menunjukkan bahwa agresivitas pajak berpengaruh negatif terhadap CSR.

2.3 Kerangka pemikiran

Perusahaan-perusahaan besar cenderung melakukan penghematan pajak sebagai upaya untuk dapat membayar pajak seefisien mungkin, salah satunya dengan tindakan agresif pajak. Pengungkapan CSR diperlukan sebagai wujud timbal balik kepada masyarakat yang mana, perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya tidak lepas dari lingkungan dan dukungan dari masyarakat.

Penelitian ini menguji pengaruh Agresivitas pajak terhadap CSR untuk menguji teori legitimasi. Penelitian ini menggunakan variabel independen, variabel dependen dan variabel kontrol. Variabel independen yang digunakan adalah agresivitas pajak dengan menggunakan proksi *Effective Tax Rates* (ETR) sedangkan variabel dependennya adalah CSR dan variabel kontrolnya adalah *Return on Asset* (ROA). Keterkaitan antar variabel 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).

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. Sedangkan penelitian yang dilakukan Octaviana (2014) yang menguji pengaruh antara agresivitas pajak terhadap CSR untuk menguji teori legitimasi dan menunjukkan hasil yang negatif.

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 berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.1.1 Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen. 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 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) karena lebih sesuai dengan keadaan perusahaan di Indonesia, dimana pengungkapan CSR-nya masih bersifat umum dan belum rinci. Indikator ini terdiri atas tujuh kategori yaitu lingkungan, energi, kesehatan, dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Maka rumus untuk pengukuran pengungkapan CSR yaitu:

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

TCSRI_i : 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 adalah variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel dependen. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak. Adapun yang menjadi proksi utama dalam penelitian ini adalah *Effective Tax Rates* (ETR).

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). Semakin baik nilai *Effective Tax Rates* ditandai dengan semakin rendahnya nilai *Effective Tax Rates* perusahaan tersebut. Semakin rendah nilai ETR maka perusahaan semakin agresif terhadap pajak. Proksi ETR dapat dihitung dari :

$$ETR = \frac{\text{beban pajak penghasilan}}{\text{laba sebelum bunga dan pajak (EBIT)}}$$

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 Return On Asset(ROA)

ROA berarti suatu ukuran untuk menilai seberapa besar tingkat kemampuan perusahaan dalam hal pengembalian asset yang dimiliki berdasarkan kemampuan menghasilkan laba perusahaan. ROA dapat diukur dari:

$$ROA = \frac{\text{laba sebelum bunga dan pajak (EBIT)}}{\text{total aset}}$$

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2011-2013. Pemilihan periode tersebut dikarenakan untuk mengetahui tren perkembangan terbaru perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas pajak dan melakukan tanggung jawab sosialnya. Alasan memilih perusahaan manufaktur sebagai sampel perusahaan adalah karena:

1. permasalahan dalam perusahaan manufaktur lebih kompleks sehingga diharapkan akan lebih mampu menggambarkan keadaan perusahaan di Indonesia,
2. untuk menghindari bias yang disebabkan oleh efek industri, dan
3. sektor manufaktur memiliki jumlah terbesar dibandingkan dengan sektor yang lainnya.

Metode pengambilan sampel yang diambil dari populasi perusahaan manufaktur menggunakan *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* adalah 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 2011-2013 di IDX.
2. Mengungkapkan *CSR disclosure* dalam laporan tahunan.
3. Memiliki profitabilitas yang positif selama periode penelitian.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, 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 manufaktur yang listing di BEI selama tahun 2011 sampai dengan tahun 2013, yang didokumentasikan dalam 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 manufaktur yang listing di BEI pada tahun 2011-2013.

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.

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, 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 multikolonieritas, 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 ketidak normalan 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 Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Multikolonearitas adalah situasi adanya variabel-variabel bebas diantara satu sama lain. Model regresi yang

baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut :

1. Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris yang sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
2. Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen terdapat korelasi yang cukup tinggi (di atas 0,95), maka merupakan indikasi adanya multikolonieritas.
3. Melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai $Tolerance \leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$ (Ghozali, 2011).

3.5.2.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode tertentu dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Pengujian ini akan menggunakan uji Durbin-Watson (DW test) yang mensyaratkan adanya konstanta (intercept) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi di antara variabel independen (Ghozali, 2011). Mekanisme pengujian Durbin Watson menurut Gujarati (2003) adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis :
 - Ho : tidak ada autokorelasi ($r = 0$)
 - Ha : ada autokorelasi ($r \neq 0$)

2. Menentukan nilai d hitung (Durbin-Watson).
3. Untuk ukuran sampel tertentu dan banyaknya variabel independen, menentukan nilai batas atas (d_u) dan batas bawah (d_l) dalam tabel.
4. Mengambil keputusan dengan kriteria sebagai berikut:
 - a. Jika $0 < d < d_l$, H_0 ditolak berarti terdapat autokorelasi positif.
 - b. Jika $d_l \leq d \leq d_u$, daerah tanpa keputusan (gray area), berarti uji tidak menghasilkan kesimpulan.
 - c. Jika $d_u < d < 4 - d_u$, H_0 tidak ditolak berarti tidak ada autokorelasi.
 - d. Jika $4 - d_u \leq d \leq 4 - d_l$, daerah tanpa keputusan (gray area), berarti uji tidak menghasilkan kesimpulan.
 - e. Jika $4 - d_l < d < 4$, H_0 ditolak berarti terdapat autokorelasi positif.

3.5.2.4 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 pengamatn 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:

$$\text{TCSR} = \alpha_0 + \beta_1 \text{ETR} + \beta_2 \text{ROA} + e$$

Keterangan:

TCSR	: Total CSR yang diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan keuangan perusahaan
α_0	: konstanta
β_1, β_2	: Koefisien variabel
ETR	: Agresifitas pajak perusahaan
ROA	: <i>Return on asset</i>
e	: error

3.5.3.1 Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Ghozali (2011) menyatakan bahwa koefisien determinasi (R²) 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^2 negatif, maka nilai *adjusted* R^2 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.