

PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK

(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 Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

I DEWA AYU INTAN PRADNYADARI
NIM. 12030111120018

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2015

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : I Dewa Ayu Intan Pradnyadari
Nomor Induk Mahasiswa : 12030111120018
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi
Judul Usulan Penelitian Skripsi : **PENGARUH PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK
(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, 12 Februari 2015

Dosen Pembimbing,

(Prof. Dr. H. Abdul Rohman, S.E., M.Si., Akt.)
NIP.196601081992021001

PENGESAHAN KELULUSAN

Nama : I Dewa Ayu Intan Pradnyadari
Nomor Induk Mahasiswa : 12030111120018
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi
Judul Usulan Penelitian Skripsi : **PENGARUH PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK
(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 10 Maret 2015

Tim Penguji:

1. Prof. Dr. H. Abdul Rohman, S.E., M.Si., Akt. (.....)
2. Dr. Hj. Zulaikha, M.Si., Akt. (.....)
3. Dr. Dwi Ratmono, S.E., M.Si. (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, I Dewa Ayu Intan Pradnyadari, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak (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 terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 12 Februari 2015

Yang membuat pernyataan,

I Dewa Ayu Intan Pradnyadari

NIM. 12030111120018

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the influence of corporate social responsibility (CSR) with corporate tax aggressiveness. Dependent variable in this study is the tax aggressiveness that measured using proxy of effective tax rates (ETR). Independent variables are corporate social responsibility (CSR). This study used five control variables, include profitability, size, leverage, capital intensity, and inventory intensity.

This study is replication of Lanis and Richardson's research in 2012 and uses secondary data from annual report of manufacturing companies which listed on Bursa Efek Indonesia in 2011-2013. This study used purposive sampling method and used uses multiple linear regression as the analysis instrument. Before being conducted the regression test, it is examined by using the classical assumption tests.

The result of this study showed that CSR disclosure influence significant negative on corporate tax aggressiveness. Companies with tax aggressiveness would disclose CSR greater than the firm that doesn't tax aggressiveness. It is because the more efficient a company then the company will pay less tax so that the effective tax rate is also smaller.

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

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap agresivitas pajak perusahaan. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak yang diukur menggunakan proksi *effective tax rate* (ETR), sedangkan variabel independennya adalah pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Penelitian ini menggunakan lima variabel kontrol yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, *capital intensity*, dan *inventory intensity*.

Penelitian ini merupakan replika dari penelitian Lanis dan Richardson (2012) dan menggunakan data sekunder yang berasal dari laporan keuangan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2011-2013. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dan analisis regresi linear berganda. Sebelum dilakukan uji regresi, data terlebih dahulu diuji menggunakan uji asumsi klasik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap agresivitas pajak. Perusahaan dengan agresivitas pajak akan mengungkapkan CSR yang lebih luas sehingga memiliki ETR yang lebih rendah. Hal ini disebabkan karena semakin efisien sebuah perusahaan maka perusahaan akan membayar pajak lebih sedikit sehingga tarif pajak efektif juga lebih kecil.

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

MOTO DAN PERSEMBAHAN

karmany evadhikaras te
ma phalesu kadacana
ma kharma-phala-hetur bhur
ma te sango 'stv akarmani

(Bhagawad Gita Bab II Sloka 47)

Berbuatlah hanya demi kewajibanmu, bukan hasil perbuatan itu yang kau pikirkan, jangan sekali-sekali pahala jadi motifmu dalam bekerja, jangan pula hanya berdiam diri tanpa kerja.

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Orang tua (Ajik Oka dan Mama Era), Kedua Adik (Agung dan Esa)
yang menjadi sosok inspirasi dan motivasiku.

Semua pihak yang menjadi bagian dari hidupku,
keluarga, pacar, sahabat, dan teman-teman
yang memberikan semangat dan pelajaran berharga dalam hidupku.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak (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 tidak lepas dari bantuan serta dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua, I Dewa Putu Gede Oka dan I Dewa Ayu Erawati. Terimakasih atas semangat, doa, dan kasih sayang yang tiada henti yang selalu menjadi motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. *Will always love you mom and dad.*
2. Bapak Dr. Suharnomo, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
3. Bapak Prof. Dr. H. Abdul Rohman, S.E., M.Si., Akt., selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing, memberikan motivasi, dan nasihat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Ibu Aditya Septiani, S.E., M.Si., Akt., selaku dosen wali yang senantiasa memberikan motivasi dan pengarahan akademik kepada penulis.
5. Bapak Prof. Dr. H. Muchamad Syafruddin, M.Si., Akt., selaku ketua Jurusan Akuntansi dan selaku dosen pengampu Seminar Akuntansi yang secara tidak langsung selalu memberi motivasi untuk segera menyelesaikan skripsi.
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah membagi ilmu pengetahuan yang bermanfaat kepada penulis.

7. Seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah membantu kelancaran proses perkuliahan dan proses administrasi.
8. Kedua adik laki-laki tercinta, I Dewa Gde Agung Oka Pradnyadana dan I Dewa Gde Mahesa Pradnyadinata yang selalu memberi motivasi, doa, dan mendengarkan keluh kesah serta kasih sayang selama ini. *I love you brothers.*
9. Dua peri kecil, Alfi dan Nurul yang selalu memotivasi, menjadi tempat curhat, penghibur, dan pemberi semangat yang menemani perjalanan kuliah dari awal hingga skripsi ini terselesaikan.
10. Malaikat kecil yang selalu menemani dalam suka maupun duka, terimakasih telah memberikan banyak pelajaran hidup, selalu memberikan motivasi dan doa yang tiada henti. *You're my mine and my hero* (Dewa Gede Eldika Kurniadi).
11. Keluarga di Semarang yang sangat baik yang menemani, mendengarkan, menerima, mendukung, dan membantu selama kuliah, Yangde, Om Tonny, Devina (adek sepupu tukang curcol yang paling disayang), Daiva, Dio, Mbak Sri.
12. Guru spiritual, Bapak Agung Darmaja, yang senantiasa memberikan dorongan agar skripsi ini cepat selesai.
13. Keluarga lainnya yang tumbuh di Semarang, KMHD (Ame, Pupung, Kak Krisna, Wira, Anggi, Citra, Juita, Sherly, Lia, Dwi, Kak Helta, Igar, and so'on), kakak-kakak IMA (Mbak Rani, Mbak Watek, Mbak Winda, Mbak Devi, Mas Pras), kakak-kakak SOPHOMORE (Mas Aldo, Mas Amos, Mas Deceh, Mbak Vira), dan KSPM yang menjadi tempat berbagi dan belajar serta dorongan bagi diri sendiri bahwa kita sama-sama belajar dan pasti bisa.
14. Teman-teman pintar yang selalu membantu dan memberikan masukan yang bermanfaat, Nanin, Putri, Rara, Puspa, Axel, Lala, Dita.

15. Teman-teman Akuntansi UNDIP 2011 yang telah memberikan kenangan terindah selama kuliah. Semoga harapan dan cita-cita kita semua tercapai dan silaturahmi masih tetap terjaga.
16. Teman-teman KKN Desa Kepoh Kecamatan Wedarijaksa Kabupaten Pati (Bayu, Rara, Palupi, Tawang, Thomas, Dharigra, Mbak Anik, Cendy), semoga kita tetap menjalin hubungan baik meskipun terhalang oleh jarak.
17. Teman-teman satu dosen pembimbing, Occi, Tasya, Kezia, Ipung, Lisa, Eli, Roy, Sheila.
18. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan doa.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kelemahan dan kekurangan, karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan penulis guna menyempurnakan skripsi ini sehingga dapat dijadikan sebagai referensi pada penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Semarang, 12 Februari 2015

I Dewa Ayu Intan Pradnyadari

DAFTAR ISI

	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.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Teori Legitimasi.....	13

2.1.2	Teori <i>Stakeholder</i>	14
2.1.3	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	16
2.1.4	Agresivitas Pajak.....	17
2.1.5	<i>CSR Disclosure</i>	21
2.1.6	Hubungan Sosial Politik.....	24
2.1.7	Variabel Kontrol.....	27
2.1.7.1	Profitabilitas	27
2.1.7.2	Ukuran Perusahaan.....	28
2.1.7.3	<i>Leverage</i>	29
2.1.7.4	<i>Capital Intensity</i>	31
2.1.7.5	<i>Inventory Intensity</i>	31
2.2	Penelitian Terdahulu	32
2.3	Kerangka Pemikiran.....	36
2.4	Pengembangan Hipotesis	37
BAB III	METODE PENELITIAN	42
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	42
3.1.1	Variabel Dependen.....	42
3.1.2	Variabel Independen	42
3.1.3	Variabel Kontrol.....	43
3.1.3.1	Profitabilitas	44
3.1.3.2	Ukuran Perusahaan.....	44
3.1.3.3	<i>Leverage</i>	44
3.1.3.4	<i>Capital Intensity</i>	45
3.1.3.5	<i>Inventory Intensity</i>	45
3.2	Populasi dan Sampel	45

3.3	Jenis dan Sumber Data	46
3.4	Metode Pengumpulan Data	47
3.5	Metode Analisis Data	47
3.5.1	Analisis Statistik Deskriptif	47
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	48
3.5.2.1	Uji Normalitas	48
3.5.2.2	Uji Autokorelasi	48
3.5.2.3	Uji Heteroskedastisitas	50
3.5.3	Pengujian Hipotesis	51
3.5.3.1	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	52
3.5.3.2	Uji Signifikansi Simultat (Uji F)	53
3.5.3.3	Uji Signifikansi Parameter Individu (Uji Statistik t)	53
BAB IV	HASIL DAN ANALISIS	54
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	54
4.2	Analisis Data	55
4.2.1	Analisis Statistik Deskriptif	55
4.2.2	Hasil Uji Asumsi Klasik	58
4.2.2.1	Uji Normalitas	58
4.2.2.2	Uji Autokorelasi	62
4.2.2.3	Uji Heterokedastisitas	63
4.2.3	Analisis Regresi Linear Berganda	65
4.2.3.1	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	66
4.2.3.2	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	66
4.2.3.3	Uji Signifikansi Parameter Individu	

	(Uji Statistik t).....	67
	4.2.4 Pengujian Hipotesis.....	69
	4.3 Interpretasi Hasil	70
BAB V	PENUTUP	75
	5.1 Kesimpulan	75
	5.2 Keterbatasan.....	76
	5.3 Saran.....	77
	DAFTAR PUSTAKA	78
	LAMPIRAN.....	83

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Penerimaan Perpajakan Republik Indonesia	2
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	35
Tabel 4.1 Ringkasan Pengambilan Sampel Penelitian	54
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif	56
Tabel 4.3 Identifikasi Outlier Pertama.....	58
Tabel 4.4 Identifikasi Outlier Kedua	59
Tabel 4.5 Uji One-Sampel Kolmogorov-Smirnov (K-S)	61
Tabel 4.6 Uji Autokorelasi Durbin-Watson.....	62
Tabel 4.7 Uji Glejser.....	64
Tabel 4.8 Rekapitulasi Hasil Regresi Linear	65
Tabel 4.9 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	66
Tabel 4.10 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	67
Tabel 4.11 Uji Signifikansi Parameter Individu (Uji Statistik t)	68
Tabel 4.12 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis.....	70

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	37
Gambar 4.1 Grafik Histogram Regresi	60
Gambar 4.2 Grafik Uji Normalitas P-Plot	61
Gambar 4.3 Grafik Uji Scatterplot	63

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Daftar Perusahaan Sampel	83
Lampiran B Index Pengungkapan CSR	90
Lampiran C Hasil Kolekting Data.....	94
Lampiran D Hasil Tabulasi Data	105
Lampiran E Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	112
Lampiran F Hasil Uji Asumsi Klasik	117
Lampiran G Hasil Uji Hipotesis	119

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pendapatan negara memegang peranan penting bagi kesejahteraan rakyat. Pendapatan negara merupakan penerimaan yang diperoleh untuk membiayai dan menjalankan seluruh program pemerintah demi memenuhi kebutuhan masyarakat. Pemerintah sangat berpengaruh dalam mengatur, menstabilkan, dan mengembangkan kegiatan ekonomi negara. Oleh karena itu, pemerintah membutuhkan dana yang besar untuk melaksanakan pembangunan negara. Sumber-sumber penerimaan negara antara lain adalah pajak, retribusi, pinjaman, keuntungan BUMN/BUMD, dan lain-lain. Penerimaan negara yang paling potensial bersumber dari penerimaan pajak.

Pengertian pajak menurut Pasal 1 angka 1 UU No. 6 Tahun 1983 sebagaimana telah disempurnakan terakhir dengan UU No. 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan adalah:

Kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapat timbal balik secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Untuk itu, seluruh warga negara berkewajiban ikut serta meningkatkan pembangunan nasional dengan cara berkontribusi dalam pembayaran pajak.

Menurut Badan Pusat Statistik Republik Indonesia (2014), dalam periode tahun 2010-2014 pemerintah mampu meningkatkan realisasi penerimaan negara

melalui pembayaran pajak (baik pajak dalam negeri maupun pajak perdagangan internasional) sebesar Rp 723.307 milyar pada tahun 2010 menjadi Rp 1.310.219 milyar pada tahun 2014. Dalam periode tersebut, total penerimaan perpajakan cenderung mengalami peningkatan, seperti yang terlihat dalam Tabel 1.1 berikut.

Tabel 1.1
Penerimaan Perpajakan Republik Indonesia
(milyaran rupiah)

SUMBER PERIMAAN PAJAK	2010	2011	2012	2013	2014
Pajak Dalam Negeri	694.392	819.752	930.862	1.099.944	1.256.304
Pajak Penghasilan	357.045	431.122	465.070	538.760	591.621
Pajak Pertambahan Nilai	230.605	277.800	337.584	423.708	518.879
Pajak Bumi dan Bangunan	28.581	29.893	28.969	27.344	25.541
Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan	8.026	- 1	0	0	0
Cukai	66.166	77.010	95.028	104.730	114.284
Pajak Lainnya	3.969	3.928	4.211	5.402	5.980
Pajak Perdagangan Internasional	28.915	54.122	49.656	48.421	53.915
Bea Masuk	20.017	25.266	28.418	30.812	33.937
Pajak Ekspor	8.898	28.856	21.238	17.609	19.978
Total Penerimaan Perpajakan	723.307	873.874	980.518	1.148.365	1.310.219

(Sumber : Badan Pusat Statistik Republik Indonesia Tahun 2014)

Perusahaan merupakan salah satu subjek pajak penghasilan, yaitu subjek pajak badan. Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 pasal 2 ayat (1) huruf b menjelaskan bahwa:

Subjek pajak badan adalah sekumpulan orang dan/atau modal yang merupakan kesatuan baik yang melakukan usaha maupun yang tidak melakukan usaha yang meliputi perseroan terbatas, perseroan komanditer, perseroan lainnya, badan usaha milik negara atau badan usaha milik daerah dengan nama dan bentuk apapun, firma, kongsi, koperasi, dana pensiun, persekutuan, perkumpulan, yayasan, organisasi massa, organisasi sosial politik, atau organisasi lainnya, lembaga, dan bentuk badan lainnya termasuk kontrak investasi kolektif dan bentuk usaha tetap lainnya.

Setiap perusahaan didirikan dengan struktur dan tujuan yang berbeda. Meningkatkan nilai adalah tujuan utama yang ingin dicapai setiap perusahaan. Peningkatan atau penurunan nilai perusahaan dapat diukur dengan kinerja keuangan yang dilihat dalam laporan keuangan. Salah satu indikator penting dalam laporan keuangan yang digunakan untuk mengetahui peningkatan nilai perusahaan adalah laba. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba secara langsung mempengaruhi tarif pajak efektif (Sabrina dan Supriyanto, 2012). Pernyataan ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Derazhid dan Zhang (2003) dalam Lestari (2010), tingkat profitabilitas perusahaan berpengaruh negatif terhadap tarif pajak efektif perusahaan, hal ini disebabkan karena semakin efisien sebuah perusahaan maka perusahaan akan membayar pajak lebih sedikit sehingga tarif pajak efektif juga lebih kecil.

Perusahaan sebagai salah satu wajib pajak mempunyai kewajiban untuk membayar pajak. Semakin besar pajak yang dibayarkan perusahaan, maka pendapatan negara semakin banyak. Tujuan pemerintah untuk memaksimalkan penerimaan di sektor pajak bertentangan dengan tujuan perusahaan sebagai wajib pajak, dimana perusahaan berusaha untuk mengefisiensikan beban pajaknya sehingga memperoleh keuntungan yang lebih besar dalam rangka mensejahterakan pemilik dan melanjutkan kelangsungan hidup perusahaannya (Yoehana, 2013).

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam membayar pajak. Menurut Rodriguez dan Arias (2012) ukuran perusahaan (*size*) merupakan variabel yang paling banyak digunakan untuk meneliti beban pajak perusahaan.

Besar kecilnya perusahaan dapat mempengaruhi pendapatan laba (*profitability*), sehingga berpengaruh pula terhadap pembayaran pajak. Penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *effective tax rate* (ETR) menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian yang dilakukan oleh Zeng (2011) menemukan adanya pengaruh konsentrasi kepemilikan perusahaan dengan praktik pelaporan pajak perusahaan. Perusahaan dengan kepemilikan saham yang terkonsentrasi memiliki *effective tax rate* yang rendah dibandingkan perusahaan yang pemegang sahamnya mayoritas dimiliki pemerintah.

Penelitian Chen et. al. (2010) menunjukkan bahwa perusahaan keluarga memiliki tingkat keagresifan pajak yang lebih kecil daripada perusahaan non-keluarga. Hal ini diduga terjadi karena *family owners* lebih rela membayar pajak tinggi, daripada harus membayar denda pajak dan menghadapi kemungkinan rusaknya reputasi perusahaan.

Banyak perusahaan menghindari pembayaran pajak demi mendapat laba yang besar. Menurut Lanis dan Richardson (2012) pajak adalah faktor pendorong dalam banyak keputusan perusahaan. Mangoting dalam Pratiwi (2013) menyatakan bahwa manajemen pajak adalah sarana untuk memenuhi kewajiban perpajakan dengan benar tetapi jumlah pajak yang dibayar dapat ditekan serendah mungkin untuk memperoleh laba dan likuiditas yang diharapkan manajemen. Tindakan manajerial yang dirancang untuk meminimalkan pajak perusahaan melalui kegiatan agresif pajak menjadi fitur yang semakin umum di lingkungan perusahaan di seluruh dunia. Disisi lain, Freedom (2003), Landolf (2006), dan Williams (2007) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa perusahaan-perusahaan

yang sengaja terlibat dalam strategis untuk meminimalkan pajak perusahaan merupakan tindakan yang tidak bertanggung jawab secara sosial.

Banyak peneliti telah mengungkapkan pengertian maupun pemahaman mengenai agresivitas pajak. Frank, Lynch, dan Rego (2009) dalam Fatharani (2010) menjelaskan tindakan agresif pajak adalah tindakan yang dirancang atau dimanipulasi untuk mengurangi laba fiskal melalui perencanaan pajak yang tepat, yang diklasifikasikan atau tidak diklasifikasikan sebagai *tax evasion*. Sedangkan, Khurana dan Moser (2009) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai *tax planning* perusahaan melalui aktivitas *tax avoidance* atau *tax sheltering*. Demikian juga dengan Timothy (2010) menyatakan bahwa agresivitas pajak dapat dilihat dengan dua cara, yaitu *legal tax avoidance* dan *tax sheltering*.

Corporate Social Responsibility (CSR) dianggap menjadi faktor kunci dalam keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan (Lanis dan Richardson, 2012). CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan dan agresivitas pajak adalah masalah yang telah menarik banyak perhatian dalam literatur akademik (misalnya, Gray et. al., 1995; Roberts, 1992; Deegan, 2002; Deegan et. al., 2002; Desain dan Dharmapala, 2006b; Frank et. al., 2009; Hanlon dan Slemrod, 2009; Chen et. al., 2010). Dalam konteks yang lebih luas dan bisa dibilang lebih penting, CSR bisa berpotensi mempengaruhi agresivitas pajak dalam hal bagaimana rekening perusahaan dan mengarahkan sistem serta proses sehubungan dengan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan (Desai dan Dharmapala, 2006b; Williams, 2007; Avi-Yonah, 2008).

Namun menurut Freise et. al. (2008) agresivitas pajak perusahaan dapat menghasilkan biaya dan manfaat signifikan. Dari perspektif sosial, pembayaran pajak perusahaan menjamin pembiayaan barang publik. Kekurangan pendapatan pajak perusahaan menghasilkan sebuah signifikan dan kerugian potensial yang tidak dapat diperbaiki pada masyarakat secara keseluruhan (Slemrod, 2004; Williams, 2007). Oleh karena itu, perusahaan agresivitas pajak dapat dianggap bertanggung jawab secara sosial (Erle, 2008; Schon, 2008).

Pengungkapan CSR sebagai sarana untuk teori legitimasi mendukung klaim bahwa untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya, sebuah perusahaan (melalui manajemen) menyediakan informasi CSR sebagai bagian dari dialog dengan masyarakat (Gray et. al., 1995). Teori legitimasi menunjukkan bahwa ketika ada perbedaan antara aksi perusahaan dan harapan masyarakat, manajemen mempekerjakan media pengungkapan seperti laporan tahunan untuk membantu meringankan kekhawatiran masyarakat (Hurst, 1970; Lindblom, 1994, dikutip dalam Gray et. al., 1995). Masuknya informasi CSR dalam laporan ini dimaksudkan untuk mengurangi perhatian publik dan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memenuhi harapan masyarakat (Deegan et. al., 2002).

Di Indonesia undang-undang mengenai pengungkapan CSR telah diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 pasal (4) tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas yang menyatakan bahwa:

Tanggung jawab sosial dan lingkungan dilaksanakan oleh Direksi berdasarkan rencana kerja tahunan Perseroan setelah mendapat persetujuan Dewan Komisaris atau RUPS sesuai dengan anggaran dasar Perseroan, kecuali ditentukan lain dalam peraturan perundang-undangan.

Meskipun telah ditetapkan dalam undang-undang perpajakan dan mempunyai sanksi khusus, masih banyak perusahaan yang melakukan pelanggaran pajak. Dikutip dari artikel Kompas 2014, ada tiga contoh manipulasi pajak yang dilakukan oleh beberapa perusahaan di Indonesia antara lain:

1. Asian Agri dinyatakan kurang membayar pajak pada periode 2002-2005 senilai Rp 1,25 triliun dan denda Rp 1,25 triliun berdasarkan Putusan Mahkamah Agung No.2239K/PID.SUS/2012 tanggal 18 Desember 2012.
2. Kasus PT Bank BCA Tbk menurut Dirjen Pajak merugikan negara dengan tidak membayar pajak sebesar Rp 375 miliar, bahkan kasus ini dalam daftar hitam penyelidikan Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) masih saja belum mencapai kata final sejak dibukanya penyelidikan pada tahun 2003 silam.
3. PT Bumi Resources, PT Arutmin, dan PT Kaltim Prima Coal diduga merugikan negara sebesar 3 juta dollar AS.

Sementara itu, Lanis dan Richardson (2013) mengungkapkan contoh pelanggaran pajak *News Corporation Ltd The Economist* (1999) yang telah menarik banyak perhatian dan kebencian publik Australia mengenai kegiatan pajak agresif yang dilakukannya.

Berdasarkan beberapa contoh kasus tersebut, tindakan agresivitas pajak sangat merugikan pemerintah bahkan negara. Karena pajak yang seharusnya dibayar perusahaan adalah dana yang dimiliki negara untuk memajukan kesejahteraan rakyat. Oleh karena itu, tindakan agresivitas pajak adalah permasalahan yang sedang menjadi perhatian publik saat ini.

Gray et. al. (1995) mencatat, perusahaan biasanya berusaha untuk melegitimasi dan mempertahankan hubungan dalam lingkungan sosial dan politik yang lebih luas di tempat mereka beroperasi dan tanpa legitimasi mereka tidak akan bertahan. Sejumlah studi akuntansi telah berusaha menguji secara empiris hubungan antara pengungkapan CSR dan perhatian publik yang timbul dari perilaku perusahaan yang tidak konsisten dengan harapan masyarakat. Guthrie dan Parker (1989) yang pertama membuat upaya untuk menguji teori legitimasi, meskipun hasil mereka gagal untuk menunjukkan hubungan empiris antara perhatian publik dan pengungkapan CSR. Brown dan Deegan (1998) mengamati bahwa tingkat yang lebih tinggi dari perhatian media (sebagai indikator yang menjadi perhatian publik) yang signifikan adalah terkait dengan pengungkapan lingkungan dalam laporan tahunan, dan Deegan et. al. (2002) melaporkan temuan yang sama.

Berbagai tes teori legitimasi dalam literatur akuntansi memperlihatkan hasil yang tidak konsisten. Misalnya, Brown dan Deegan (1998) dan Deegan et. al. (2002) keduanya mengkonfirmasi teori legitimasi sebagai penjelasan untuk meningkatkan tingkat pengungkapan lingkungan CSR, Wilmshurst dan Frost (2000) berpendapat bahwa hanya dukungan terbatas untuk teori sebagai penjas hubungan antara faktor-faktor yang berpengaruh dalam proses pengambilan keputusan manajerial dan pengungkapan lingkungan yang sebenarnya.

Berdasarkan uraian di atas, tertarik untuk mereplika penelitian yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson pada tahun 2012. Penelitian ini berfokus pada hubungan antara CSR dengan tingkat agresivitas pajak perusahaan.

Penelitian sebelumnya dilakukan dengan menggunakan 40 sampel perusahaan yang listing di Australia yang datanya diperoleh dari *Australian Taxation Office* (ATO). Penelitian ini ingin membuktikan apakah pengungkapan CSR berpengaruh terhadap agresivitas pajak untuk perusahaan yang listing di Indonesia. Objek pajak penelitian ini menggunakan Wajib Pajak Badan Perusahaan Manufaktur yang listing di Indonesia tahun 2011-2013. Variabel kontrol yang digunakan adalah ukuran perusahaan, *leverage*, *capital intensity*, dan *inventory intensity*. Penelitian sebelumnya menggunakan uji regresi model *ordinary least square* (OLS) sementara penelitian ini menggunakan uji regresi linear berganda.

1.2 Rumusan Masalah

Fenomena yang sedang menjadi perhatian banyak peneliti adalah tindakan agresivitas pajak yang dilakukan sejumlah perusahaan dalam rangka menekan pajak. Apabila manajemen mampu menekan pajak maka perusahaan akan mendapatkan laba yang lebih besar. Profitabilitas yang besar merupakan tujuan utama yang ingin dicapai oleh setiap perusahaan. Hal tersebut merupakan salah satu penyebab kekhawatiran publik mengenai aksi yang dilakukan perusahaan. Tidak sedikit perusahaan yang ingin meminimalisir pajak dengan cara yang legal dan sah. Menekan kewajiban perpajakan perusahaan menyebabkan adanya perbedaan antara perhitungan beban pajak yang ditetapkan dengan tarif pada undang-undang dan yang dilaporkan dalam laporan keuangan perusahaan. Tindakan tersebut merupakan tindakan yang tidak bertanggung jawab secara sosial. Dengan adanya pengungkapan CSR diharapkan mampu menjadi media

bagi masyarakat untuk mengetahui apakah perusahaan terlibat dalam agresivitas pajak. Karena adanya pengungkapan CSR pada laporan tahunan akan membuat informasi keuangan lebih transparan bagi pihak-pihak yang menggunakan laporan keuangan. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan untuk menjawab:

Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh terhadap Agresivitas Pajak?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak.

1.4 Manfaat Penelitian

Pemelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi bidang akademik diharapkan dapat menambah wawasan pembaca. Selain itu dapat berkontribusi dalam literatur penelitian lebih lanjut tentang pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan terhadap praktik agresivitas pajak.
2. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat menunjukkan bahwa perusahaan sebaiknya berhati-hati menentukan kebijakan khususnya mengenai pajak agar tidak tergolong dalam agresivitas pajak karena memiliki dampak yang sangat luas, tidak hanya kinerja perusahaan tetapi kepercayaan masyarakat.

3. Bagi Direktorat Jenderal Pajak, diharapkan mampu mengidentifikasi kasus-kasus dan resiko terkait agresivitas pajak perusahaan yang sedang hangat terjadi.
4. Bagi investor, pengungkapan *corporate social responsibility* dalam laporan tahunan diharapkan mampu menunjukkan transparansi perusahaan guna membantu menentukan keputusan untuk berinvestasi.

1.5 Sistematika Penulisan

Secara garis besar, sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

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

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan pengembangan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang variabel penelitian dan definisi operasional penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data penelitian, metode pengumpulan data serta metode analisis data.

BAB IV : HASIL DAN ANALISIS

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

BAB V : PENUTUP

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

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Legitimasi

Legitimasi masyarakat adalah strategi yang dilakukan manajemen untuk mengembangkan perusahaan dalam menumbuhkan kepercayaan publik. Teori ini menjelaskan adanya kontak sosial antara perusahaan dengan masyarakat dan pengungkapan sosial lingkungan (Lanis dan Richardson, 2013). Hogner (1982) menyarankan pengungkapan sosial perusahaan termotivasi oleh kebutuhan perusahaan untuk melegitimasi aktivitas. Teori legitimasi diciptakan untuk menekan bagaimana manajemen perusahaan bereaksi terhadap harapan masyarakat (Tilt, 1994; Patten, 1992; Guthrie dan Parker, 1989). Yang mendasari gagasan ini adalah pandangan bahwa para pemangku kepentingan dalam masyarakat sengaja melakukan aktivitas-aktivitas yang dapat diterima, perusahaan sebagai anggota masyarakat itu diharapkan melakukan kegiatan mereka dalam batas-batas yang dapat diterima oleh masyarakat (Newson dan Deegan, 2002).

Teori legitimasi menyiratkan mengenai peningkatan kesadaran dan kekhawatiran masyarakat, bahwa perusahaan akan mengambil langkah-langkah untuk memastikan kegiatan dan kinerja mereka agar dapat diterima masyarakat. Laporan tahunan mungkin digunakan untuk memperkuat persepsi masyarakat tentang tanggung jawab manajemen terhadap masalah lingkungan, atau alternatif

untuk mengalihkan perhatian dari situasi lingkungan yang merugikan (Patten, 1992; Deegan dan Rankin, 1996).

Gray et. al. (1996) berpendapat bahwa “*the legal requirements governing a corporation provide the explicit terms of the social contract, whereas non-legislated societal expectations provide its implicit terms*”. Definisi tersebut mengisyaratkan bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan masyarakat (*society*), pemerintah individu dan kelompok masyarakat. Secara khusus, untuk meningkatkan reputasi sebuah perusahaan membutuhkan pengungkapan kepada masyarakat melalui CSR mengenai eksistensi pemenuhan dan pengelolaan aspek lingkungan, sosial dan etika.

Teori legitimasi lebih lanjut menunjukkan bahwa sebuah perusahaan yang agresif pajak akan mengungkapkan informasi tambahan yang terkait dengan kegiatan CSR di berbagai bidang dalam mencoba untuk meringankan kekhawatiran publik seperti, menunjukkan bahwa telah memenuhi kewajibannya untuk masyarakat atau untuk mengubah harapan masyarakat tentang aktivitas (Deegan et. al., 2002).

2.1.2 Teori Stakeholder

Stakeholder adalah individu atau kelompok yang memiliki kepentingan terhadap aktivitas perusahaan. Menurut Chariri dan Ghazali (2007) teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdersnya* (*shareholders*, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah,

masyarakat, analis dan pihak lain). Dengan kata lain, teori ini mengungkapkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya diukur dari indikator ekonomi dalam laporan tahunannya saja, melainkan juga diukur dari faktor-faktor sosial terhadap lingkungan *stakeholder*, baik internal maupun eksternal.

Perusahaan memiliki tanggung jawab yang besar terhadap pemilik (*shareholder*) dan tanggung jawab yang lebih luas lagi terhadap masyarakat (*stakeholder*). Dalam aktivitasnya, *stakeholder* memiliki keterkaitan dengan perusahaan baik secara langsung maupun secara tidak langsung, dan untuk kepentingan pihak internal maupun eksternal. Seperti yang dikemukakan oleh Bucholz (1998), Mc William dan Siegel (2001) suatu perusahaan melalui berbagai kegiatan dan kebijakan operasi yang dilakukannya memberikan dampak kepada berbagai kelompok pemangku kepentingan, sehingga dengan demikian perusahaan mungkin memenuhi tuntutan-tuntutan dari kelompok-kelompok ini untuk memenuhi tanggung jawabnya.

Berdasarkan asumsi *stakeholder theory*, perusahaan tidak dapat melepaskan diri dengan lingkungan sosial (*social setting*) sekitarnya. Teori ini menekankan untuk mempertimbangkan kepentingan, kebutuhan dan pengaruh dari pihak-pihak yang terkait dengan kebijakan dan kegiatan operasi perusahaan, terutama dalam pengambilan keputusan perusahaan. Perusahaan perlu menjaga legitimasi *stakeholder* serta mendudukkannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung pencapaian tujuan perusahaan, yaitu usaha dan jaminan *going concern* (Adam C. H., 2002) dalam

buku Nor Hadi (2011:95). Manajemen *stakeholder* yang baik akan mengungkapkan informasi CSR dengan baik.

2.1.3 Corporate Social Responsibility (CSR)

Istilah *corporate social responsibility (CSR)* dalam konteks global pertama kali dikemukakan oleh Howard Botton tahun 1953 dalam bukunya yang berjudul "*The Social Responsibilities of A Businessman*" yang menjelaskan tentang tanggung jawab apa yang dapat diharapkan dalam sebuah perusahaan (Garriga dan Mele, 2004 dalam Simon dan Fredrik, 2009). Landasan yang mendasari tanggung jawab sosial adalah bagaimana perusahaan memberi perhatian kepada lingkungan, terhadap dampak yang akan terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan.

Tanggung jawab sosial merupakan bentuk kepedulian dari perusahaan. Dasar pemikiran akuntansi untuk pertanggungjawaban sosial yang sedang menjadi perhatian peneliti adalah perkembangan hubungan organisasi dengan masyarakat. Pada sisi lain, ikatan profesi belum menetapkan standar-standar yang berkaitan dengan akuntansi pertanggungjawaban sosial. Namun demikian, akuntansi untuk pertanggungjawaban sosial telah mengarah pada proses komunikasi pengaruh sosial dan lingkungan kegiatan ekonomi organisasi kepada kelompok kepentingan tertentu dalam masyarakat dan kepada masyarakat luas (Gray et. al. dalam Kumalahadi, 2000:59).

Heal (2004) mengemukakan bagian CSR yang penting dalam strategi perusahaan dimana terjadi ketidakkonsistenan antara keuntungan perusahaan dan tujuan sosial, atau perselisihan yang dapat terjadi karena isu-isu tentang kewajaran

yang berlebihan. CSR merupakan suatu bentuk kepedulian sosial sebuah perusahaan untuk melayani kepentingan organisasi maupun kepentingan publik eksternal. Kondisi dunia yang tidak menentu seperti terjadinya *global warming*, kemiskinan yang semakin meningkat serta memburuknya kesehatan masyarakat memicu perusahaan untuk melakukan tanggung jawabnya. CSR juga dapat diartikan sebagai komitmen perusahaan untuk bertanggungjawabkan dampak operasi dalam dimensi sosial, ekonomi serta lingkungan. Dari latar belakang tersebut banyak perusahaan yang melakukan pengungkapan mengenai CSR dalam laporan tahunan, walaupun tidak ada yang mewajibkan.

Di Australia telah terjadi peningkatan dalam hal pengungkapan lingkungan suatu perusahaan. Deegan dan Rankin (1996) dalam Brown dan Deegan (1998) mengungkapkan bahwa banyak negara yang menuntut perusahaan Australia untuk mengungkapkan kinerja lingkungan meskipun tidak ada aturan atau undang-undang yang mengikat. Dalam artikelnya juga disebutkan bahwa beberapa penelitian menunjukkan adanya peningkatan kinerja lingkungan dari waktu ke waktu.

2.1.4 Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak merupakan tindakan yang rentan dilakukan perusahaan-perusahaan besar di seluruh dunia. Hlaing (2012) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai kegiatan perencanaan pajak semua perusahaan yang terlibat dalam usaha mengurangi tingkat pajak yang efektif.

Agresivitas pajak merupakan tindakan mengurangi pajak yang sedang menjadi perhatian publik karena tindakan ini merupakan tindakan yang tidak

bertanggung jawab secara sosial yang merugikan masyarakat dan pemerintah. Pajak perusahaan dapat dikaitkan dengan perhatian publik jika pembayaran pajak ini memiliki implikasi terhadap masyarakat luas sebagai lawan dari biaya operasional perusahaan. Avi-Yonan (2008) mengungkapkan tujuan meminimalkan jumlah pajak yang dibayar perusahaan menjadi dimengerti dan akan memperlihatkan beberapa etika, komunitas atau pemangku kepentingan lainnya di dalam perusahaan.

Jimenez (2008) menyatakan bahwa bukti empiris baru-baru ini menunjukkan bahwa agresivitas pajak lebih merasuk dalam tata kelola perusahaan yang lemah. Selain itu, Slemrod (2004) dalam Balakrishnan et. al. (2011) berpendapat bahwa agresivitas pajak merupakan kegiatan yang lebih spesifik, yaitu mencakup transaksi yang tujuan utamanya adalah untuk menurunkan kewajiban pajak perusahaan. Balakrishnan et. al. (2011) menyatakan bahwa perusahaan yang agresif terhadap pajak ditandai dengan transparansi yang lebih rendah.

Hanlon dan Heitzman (2010) mendefinisikan agresivitas pajak penghasilan badan (sering disebut sebagai penghindaran pajak) sebagai tingkat yang paling akhir dari spektrum serangkaian perilaku perencanaan pajak. Zuber (2007) menyatakan:

“Between tax avoidance and tax evasion, there exist potential gray area of aggressiveness. This gray area exists because there are tax shelters beyond what is specifically allowed by the tax law and the tax law does not specifically address all possible tax transaction. A bright line does not exist between tax avoidance and tax evasion because neither term adequately describes all transactions. Therefore, aggressive transactions and decision-making may potentially become either tax avoidance or tax evasion issues”.

Dari kutipan tersebut dapat disimpulkan bahwa transaksi dan pengambilan keputusan yang agresif mungkin secara potensial dapat menjadi masalah penghindaran pajak maupun penggelapan pajak.

Pajak perusahaan memang memiliki implikasi sosial masyarakat karena pajak perusahaan memainkan peran penting dalam pendanaan penyediaan barang publik (Freedman, 2003; Landolf, 2006; Freise et. al., 2008; Landolf dan Symons, 2008; Sikka, 2010), seperti pendidikan, pertahanan nasional, kesehatan masyarakat dan penegakan hukum. Pembayaran pajak memiliki dampak signifikan terhadap masyarakat di mana perusahaan beroperasi, dan meningkatkan perhatian publik (Christensen dan Murphy, 2004; Landolf, 2006; Williams, 2007; ATO, 2009; Sikka, 2010). Sebuah perusahaan mungkin dapat meminimalkan pembayaran pajak dan tetap dalam lingkungan hukum, tetapi sengaja terlibat dalam perilaku pajak strategis dengan tujuan tunggal meminimalkan pajak umumnya dianggap tidak sah (Avi-Yonah, 2008; Landolf dan Symons, 2008). Hal ini juga dianggap sebagai program tanggung jawab sosial untuk menekan efek agresivitas pajak perusahaan pada kesejahteraan ekonomi masyarakat (Williams, 2007).

Setiap perusahaan yang melakukan tindakan pajak agresif tentunya harus mendapatkan sanksi karena tindakan yang mereka lakukan sangat merugikan publik. Di Indonesia sendiri, dalam undang-undang perpajakan dikenal dua macam sanksi, yaitu sanksi administrasi dan sanksi pidana. Ancaman terhadap pelanggaran suatu norma perpajakan ada yang diancam dengan sanksi

administrasi saja, ada yang diancam dengan sanksi pidana saja dan ada pula yang diancam dengan sanksi administrasi dan pidana.

Konsultan Pajak (Aris Aviantara & Associates, 2011) menjelaskan perbedaan antara sanksi administrasi dan sanksi pidana menurut Undang-Undang Perpajakan antara lain:

1. Sanksi Administrasi : merupakan pembayaran kerugian pada negara, khususnya yang berupa bunga dan kenaikan. Menurut ketentuan dalam Undang-Undang Perpajakan ada 3 macam sanksi administrasi, yaitu : denda, bunga, kenaikan.
2. Sanksi Pidana : merupakan siksaan dan penderitaan, menurut ketentuan dalam Undang-Undang Perpajakan ada 3 macam sanksi pidana : denda pidana, kurungan, dan penjara.
3. Denda Pidana. Berbeda dengan sanksi berupa denda administrasi yang hanya diancam atau dikenakan kepada wajib pajak yang melanggar ketentuan peraturan perpajakan, sanksi berupa denda pidana selain dikenakan kepada wajib pajak ada juga yang diancam kepada pejabat pajak atau kepada pihak ketiga yang melanggar norma. Denda pidana dikenakan kepada tindak pidana yang bersifat pelanggaran maupun bersifat kejahatan.
 - a. Pidana kurungan. Pidana kurungan hanya diancam kepada tindak pidana yang bersifat pelanggaran. Dapat ditujukan kepada wajib pajak, pihak ketiga.

- b. Pidana penjara. Pidana penjara sama halnya dengan pidana kurungan, merupakan hukuman perampasan kemerdekaan. Pidana penjara diancam terhadap kejahatan. Ancaman pidana penjara tidak ada yang ditujukan kepada pihak ketiga, adanya kepada pejabat dan kepada wajib pajak.

Pada hakikatnya, pengenaan sanksi perpajakan diberlakukan untuk menciptakan kepatuhan Wajib Pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Oleh karena itu, penting bagi Wajib Pajak memahami sanksi-sanksi perpajakan sehingga mengetahui konsekuensi hukum dari apa yang dilakukan ataupun tidak dilakukan.

2.1.5 CSR Disclosure

Corporate Social Responsibility Disclosure/CSR Disclosure adalah bentuk pengungkapan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan atau sosial tempat perusahaan tersebut berada. Pengungkapan tersebut dilakukan secara transparan dan terbuka dengan memperhatikan nilai-nilai moral yang berlaku. Menurut Ghazali dan Chariri (2007) pengungkapan atau *disclosure* diartikan sebagai sebuah informasi yang dapat diberikan kepada pihak-pihak yang memerlukan informasi tersebut dan informasi tersebut harus bermanfaat jika tidak bermanfaat tujuan dari pengungkapan tersebut tidak akan tercapai.

Gray et. al. (1987, hal. 4) menjelaskan pengungkapan CSR sebagai “*the process of providing information designed to discharge social accountability. Typically this act would... be undertaken by the accountable organisation and thus might include information in the annual report, special publications or even*

socially oriented advertising". Melihat definisi pengungkapan CSR ini, beberapa teori telah dikemukakan dalam literatur untuk menjelaskan mengapa perusahaan secara sukarela akan mengungkapkan informasi CSR terkait dalam laporan tahunannya.

Deegan (2002) meninjau penelitian terkait akuntansi CSR yang menunjukkan teori pengembangan tentang pengungkapan CSR secara umum dan sederhana. Selain itu, pengungkapan tersebut biasanya terkait dalam literatur "*systems-oriented theories*", seperti legitimasi, teori ekonomi politik dan pemangku kepentingan (Wilmshurst dan Frost, 2000; Campbell et. al., 2002; Deegan et. al., 2002). Sebagai komponen dari sistem yang berorientasi teori, konteks sosial politik telah diidentifikasi sebagai penentu penting dari keputusan perusahaan untuk mengungkapkan informasi CSR (Roberts, 1992; Williams, 1999).

Program CSR sudah mulai bermunculan di Indonesia seiring telah disahkannya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Pada pasal 74 di Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007, berbunyi:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan

sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajiban.

3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Sedangkan pada pasal 25 (b) Undang-Undang Penanaman Modal menyatakan kepada setiap penanam modal wajib melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.

Dari kedua pasal tersebut dapat dilihat bagaimana pemerintah Indonesia berusaha untuk mengatur kewajiban pelaksanaan CSR oleh perusahaan atau penanam modal. CSR akan lebih berdampak positif bagi masyarakat, ini akan sangat tergantung dari orientasi dan kapasitas lembaga atau organisasi lain, terutama pemerintah.

Studi Bank Dunia (Howard Fox, 2002) menunjukkan peran pemerintah yang terkait dengan CSR meliputi pengembangan kebijakan yang menyehatkan pasar, keikutsertaan sumber daya, dukungan politik bagi pelaku CSR, menciptakan insentif dan peningkatan kemampuan organisasi. Untuk Indonesia, pelaksanaan CSR membutuhkan dukungan pemerintah daerah, kepastian hukum, dan jaminan ketertiban sosial. Pemerintah dapat mengambil peran penting tanpa harus melakukan regulasi di tengah situasi hukum dan politik saat ini. Pemerintah bisa menetapkan bidang-bidang penanganan yang menjadi fokus, dengan

masuk pihak yang kompeten. Setelah itu, pemerintah memfasilitasi dan mendukung kalangan bisnis yang mau terlibat dalam upaya ini. Pemerintah juga dapat mengawasi proses interaksi antara pelaku bisnis dan kelompok-kelompok lain agar terjadi proses interaksi yang lebih adil dan menghindarkan proses manipulasi atau pengancaman satu pihak terhadap yang lain.

2.1.6 Hubungan Sosial dan Politik

Hubungan sosial dan politik mengacu pada kombinasi *system-oriented theories*, seperti yang didefinisikan oleh Gray et. al. (1996, hal. 45), menyatakan "*a systems oriented view of the organisation and society... which permits us to focus on the role of information and disclosure in the relationship(s) between organisations, the State, individuals and groups*". Asumsi dasar definisi ini adalah perusahaan dipengaruhi oleh masyarakat dimana ia beroperasi dan sebaliknya, mempengaruhi masyarakat tersebut. Pengungkapan CSR memandang manajemen perusahaan sebagai sarana yang dapat berinteraksi dengan masyarakat yang lebih luas (Deegan, 2002).

Beberapa teori telah dikembangkan dari "sistem" perspektif, seperti teori legitimasi, ekonomi politik dan pemangku kepentingan. Teori legitimasi dan pemangku kepentingan keduanya menunjukkan bahwa perusahaan berusaha untuk melegitimasi dan mempertahankan hubungan dalam lingkungan sosial dan politik yang lebih luas dimana ia beroperasi (Gray et. al., 1995), meskipun ada perbedaan yang cukup besar antara kedua teori tersebut dalam pendekatan yang mereka ambil untuk menganalisis peran yang dimainkan oleh pengungkapan perusahaan dalam hubungan antara perusahaan dan masyarakat. Perbedaan ini awalnya

menciptakan banyak kebingungan dalam sistem perspektif (Arnold, 1990; Guthrie dan Parker, 1990). Gray et. al. (1995) mengatakan bahwa perbedaan yang disebutkan Guthrie dan Parker (1990) dan Arnold (1990) mengarah pada perbedaan dalam tingkat resolusi persepsi daripada untuk argumen. Pada dasarnya, argumen yang diajukan oleh Gray et. al. (1995) adalah bahwa ada asumsi dasar yang luas tentang politik ekonomi yang membentuk dasar konvergensi ke rincian spesifik termasuk teori legitimasi dan pemangku kepentingan.

Sistem teori kini telah berevolusi ke tahap dimana ada tingkat presisi tentang parameter dari masing-masing teori dalam pengelompokan umum. Banyak kelompok "*relevants publics*" atau "*stakeholder*" mempengaruhi perusahaan dalam konteks sosial, politik dan kerangka ekonomi dilambangkan dengan ekonomi politik, dan masing-masing teori juga membahas tingkat yang berbeda dari resolusi persepsi (Gray et. al., 1995). Salah satu tahap tersebut ditujukan oleh teori legitimasi dan pemangku kepentingan yang dipandang sebagai tumpang tindih (Deegan, 2002). Keduanya menganggap keberadaan sebuah kontrak sosial implisit antara perusahaan dan masyarakat, persyaratan yang berasal dari harapan sejumlah kelompok dalam masyarakat (Roberts, 1992; Deegan, 2002).

Secara umum kedua teori adalah gagasan bahwa perusahaan berusaha melegitimasi keberadaan dari berbagai referensi kelompok dalam masyarakat, meskipun mereka memiliki derajat kekuasaan yang tidak seimbang dalam mempengaruhi perusahaan. Ada beberapa cara dimana perusahaan dapat

memperoleh legitimasi. Salah satunya adalah untuk melaksanakan kegiatan usaha dalam bertanggung jawab secara sosial, sebagaimana ditentukan oleh referensi kelompok tersebut, dan kemudian memenuhi kewajibannya untuk mengungkapkan sifat kegiatannya di arena ini (Gray et. al., 1995). Semakin besar kekuasaan dan pengaruh dari salah satu atau semua kelompok ini, lebih besar kesediaan perusahaan untuk kegiatan legitimasi.

Roberts (1992) menyatakan bahwa sebagai pemegang saham, kreditur dan pemerintah yang merupakan *stakeholders* perusahaan, variasi dalam kekuatan mereka relatif mempengaruhi sebuah perusahaan menentukan praktik pengungkapan CSR yang terakhir. Mengambil perspektif yang berbeda, Newson dan Deegan (2002) fokus pada salah satu publik yang relevan ("*global society*") yang mungkin mempengaruhi praktik pengungkapan CSR dari perusahaan multinasional. Teori mereka bahwa sebuah perusahaan multinasional adalah bagian dari sistem sosial global. Secara keseluruhan, baik teori legitimasi dan pemangku kepentingan berhubungan (kontrak sosial) antara sebuah perusahaan dan kelompok spesifik dalam masyarakat. Selain itu, Gray et. al. (1995) menegaskan bahwa teori legitimasi dan pemangku kepentingan dapat dianggap sebagai tumpang tindih pandangan tentang CSR yang jatuh dalam kerangka asumsi ekonomi politik. Dengan kata lain, kombinasi teori legitimasi, *stakeholder* dan ekonomi politik adalah hasil dalam fokus interaksi antara perusahaan dan berbagai kelompok (misalnya publik yang relevan atau *stakeholders*) dalam lingkungan sosial politik yang diberikan.

2.1.7 Variabel Kontrol

2.1.7.1 Profitabilitas

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau nilai akhir operasional perusahaan selama periode tertentu (Munawir, 2004). Salah satu rasio profitabilitas adalah *Return on Assets* (ROA). Dalam analisis laporan keuangan, rasio ini paling sering disoroti, karena mampu menunjukkan keberhasilan perusahaan menghasilkan keuntungan. ROA mampu mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada masa lampau untuk kemudian diproyeksikan di masa yang akan datang. Aset 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. Mardiyanto (2009) dalam Darmadi (2013) menjelaskan bahwa dalam akuntansi dikenal beberapa rasio profitabilitas:

1. Rasio Margin Laba (*Profit Margin* – PM).

Meningkatnya *Profit Margin* mengindikasikan bahwa perusahaan mampu menghasilkan laba bersih yang lebih tinggi dari aktivitas penjualannya.

2. Rasio Kemampuan Dasar Menghasilkan Laba (*Basic Earning Power Ratio/Operating Return On Asset* (OROA)).

Earning Before Interest and Tax (EBIT) merupakan laba murni perusahaan yang belum dipengaruhi keputusan keuangan (utang) dan pajak.

3. Rasio Tingkat Pengembalian Total Aktiva (*Return On Asset* - ROA)

Rasio *Return On Asset* (ROA) digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang berasal dari aktivitas operasi.

4. Rasio Tingkat Pengembalian Total Ekuitas (*Return On Equity* - ROE)

Rasio *Return On Equity* (ROE) merupakan alat ukur terakhir untuk mengukur profitabilitas perusahaan. ROE menggambarkan keberhasilan perusahaan menghasilkan laba untuk para pemegang saham.

Penelitian yang dilakukan oleh Cormier dan Magnan (1999 dan 2003), Murray et. al., (2006) dalam Lanis dan Richardson (2013) menemukan hubungan positif antara tingkat pengungkapan perusahaan dan kinerja keuangannya. Hal tersebut sependapat dengan ungkapan Lang dan Lundholm (1996) bahwa sebuah perusahaan dengan kinerja kualitas laba yang lebih baik cenderung memiliki kecenderungan yang lebih tinggi untuk mengungkapkan "*good news*" pada *financial markets*.

2.1.7.2 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan salah satu kriteria penting yang harus dimiliki perusahaan. Semakin besar perusahaan, semakin besar kesan baik yang harus diciptakan untuk menarik perhatian masyarakat. Sedangkan menurut Ferry dan Jones dalam Sujianto (2001), ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan dan rata-rata total aktiva. Jadi, ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya aset yang dimiliki oleh perusahaan. Mukhlasis (2002) berpendapat bahwa ukuran perusahaan merupakan proksi volatilitas operasional dan *inventory cotrolability* yang seharusnya dalam skala ekonomis

besarnya perusahaan menunjukkan pencapaian operasi lancar dan pengendalian persediaan.

Untuk ukuran perusahaan, penelitian yang dilakukan oleh Patten (1992 dan 2002), Hackston and Milne (1996), Clarkson et. al. (2008), dan Cho et. al. (2010) menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dengan pengungkapan CSR. Secara khusus, karena visibilitas yang lebih tinggi, perusahaan yang lebih besar cenderung mengungkapkan informasi CSR yang lebih luas dalam laporan tahunan dibandingkan perusahaan yang lebih kecil (Cho et. al., 2010). Pada penelitian ini, ukuran perusahaan dinilai dengan total aset masing-masing perusahaan di akhir tahun. Total aset akan dikonversikan ke dalam *natural logaritma* (Ln) agar besarnya nilai tidak terlalu berbeda dan digit tidak terlalu panjang.

2.1.7.3 Leverage

Riyanto (1995) mendefinisikan *leverage* dalam pengertian bisnis mengacu pada penggunaan aset dan sumber dana perusahaan dimana dalam penggunaan aset atau dana harus mengeluarkan biaya tetap atau beban tetap. Menurut Brigham dan Houston (2001), *leverage* keuangan (*financial leverage*) merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana sekuritas berpenghasilan tetap (utang dan saham preferen) digunakan dalam struktur modal perusahaan. Jenis-jenis *leverage* menurut Brigham dan Houston (2001) antara lain:

1. *Operating leverage*.

Operating leverage merupakan penggunaan aktiva atau operasi perusahaan yang disertai dengan biaya tetap. *Operating leverage* timbul

setiap perusahaan memiliki biaya operasi tetap tanpa memperhatikan jumlah biaya tersebut. Biaya operasi tetap dikeluarkan agar volume penjualan menghasilkan penerimaan lebih untuk menutup seluruh biaya operasi tetap dan variabel.

2. *Financial Leverage.*

Kebijakan perusahaan mendapatkan modal pinjaman dari luar ditinjau dari bidang manajemen keuangan, merupakan penerapan kebijakan *financial leverage*, dimana perusahaan membiayai kegiatannya (operasional) dengan menggunakan modal pinjaman serta menanggung suatu beban tetap yang bertujuan untuk meningkatkan laba per lembar saham.

3. *Total Leverage*

Total leverage didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menggunakan biaya tetap, baik biaya tetap operasi maupun biaya tetap *financial* untuk memperbesar pengaruh perubahan volume penjualan terhadap pendapatan per lembar saham biasa. Oleh karena itu, *total leverage* dapat dipandang sebagai refleksi keseluruhan pengaruh dari struktur biaya tetap operasi dan biaya tetap *financial* perusahaan.

Leverage dalam penelitian ini termasuk sebagai variabel kontrol karena manajer biasanya mengungkapkan informasi CSR lebih lanjut sebagai peningkatan *leverage* pada perusahaan untuk mengurangi tingkat asimetri informasi (Clarkson et. al., 2008). Manajer mengungkapkan informasi lebih banyak sebagai konsekuensi dari pemeriksaan tambahan dari lembaga keuangan (Leftwich et. al., 1981), dan juga untuk menurunkan biaya perusahaan pada modal

(Jensen dan Meckling, 1976; Healy dan Palepu, 2001; Francis et. al., 2008).

Leverage diukur menggunakan rasio hutang jangka panjang terhadap total aset.

2.1.7.4 Capital Intensity

Capital intensity atau intensitas modal adalah rasio antara *fixed asset* (seperti peralatan, mesin dan berbagai properti) terhadap total aset, dimana rasio ini menggambarkan besar aset perusahaan yang diinvestasikan dalam bentuk aset tetap yang dibutuhkan perusahaan untuk beroperasi. Hampir semua aset tetap mengalami penyusutan dan biaya penyusutan dapat mengurangi jumlah pajak yang dibayar perusahaan. Seperti yang dijelaskan Hanum (2013) biaya depresiasi merupakan biaya yang dapat dikurangkan dari penghasilan dalam menghitung pajak, maka dengan semakin besar jumlah aset tetap yang dimiliki oleh perusahaan maka akan semakin besar pula depresiasinya sehingga mengakibatkan jumlah penghasilan kena pajak dan tarif pajak efektifnya akan semakin kecil.

Capital Intensity disertakan dalam penelitian ini sebagai variabel kontrol mengingat bahwa penelitian sebelumnya (Magness, 2006; Clarkson et. al, 2008; Aerts dan Cormier, 2009) menunjukkan bahwa bangunan dan peralatan fisik membuat sebuah perusahaan jauh lebih terlihat dalam masyarakat. Dengan demikian, perusahaan-perusahaan padat modal mengungkapkan informasi CSR lebih banyak dari perusahaan-perusahaan tidak padat modal (Aerts dan Cormier, 2009).

2.1.7.5 Inventory Intensity

Inventory intensity atau intensitas persediaan merupakan salah satu komponen penyusun komposisi aktiva yang diukur dengan membandingkan

antara total persediaan dengan total aset yang dimiliki perusahaan. Persediaan merupakan bagian dari aset lancar perusahaan yang digunakan untuk memenuhi permintaan konsumen. Selain itu, persediaan merupakan salah satu aset penting perusahaan karena berfungsi untuk menunjang kegiatan operasional perusahaan tersebut dalam jangka panjang.

Zimmerman (1983) dalam Lanis dan Richardson (2007) dan Costa et. al. (2012) menyatakan bahwa *inventory intensity* merupakan substitusi dari *capital intensity*. Perusahaan yang memiliki intensitas persediaan yang tinggi biasanya memiliki ETR yang tinggi. Hal ini karena perusahaan yang berinvestasi dalam bentuk persediaan tidak dapat melakukan hal yang serupa ketika perusahaan memiliki intensitas modal yang tinggi yakni dalam hal depresiasi yang dapat dijadikan pengurang dalam penghasilan kena pajak (Gupta dan Newberry, 1997).

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai CSR telah banyak dilakukan, begitu pula penelitian mengenai agresivitas pajak. Namun, belum banyak penelitian yang mengkaitkan hubungan antara pengungkapan CSR terhadap agresivitas pajak khususnya di Indonesia. Dilihat dari masih banyaknya perusahaan yang belum mengungkapkan mengenai CSR.

Penelitian mengenai agresivitas pajak dilakukan oleh Inder K. Khurana dan William J. Moser pada tahun 2009 berjudul "*Shareholder Investment Horizons and Tax Aggressiveness*". Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan dengan data kepemilikan institusi dari tahun 1995-2008 menggunakan

analisis regresi *Ordinary Least Square* (OLS). Variabel dependen yang digunakan adalah agresivitas pajak yang diproksikan dalam ETR dan *permanent* ETD, sedangkan variabel independennya adalah persentase *outstanding-stock* yang dimiliki pemegang saham. Penelitian ini menemukan bahwa agresivitas pajak lebih banyak dilakukan perusahaan yang sahamnya dimiliki oleh investor jangka pendek daripada perusahaan yang sahamnya dimiliki investor jangka panjang.

Penelitian yang dilakukan oleh Timothy pada tahun 2010 yang berjudul “*Effect of Corporate Governance on Tax Aggressiveness*” memberikan bukti bahwa tata kelola perusahaan mempengaruhi agresivitas pajak. Variabel dependen dalam penelitian adalah agresivitas pajak yang diproksikan dalam ETR. Variabel independen dalam penelitian ini adalah tata kelola perusahaan yang diproksikan dalam jumlah saham yang dimiliki oleh direksi, dewan direksi independen, kekuatan *shareholder*, kekuatan *shareholder* minoritas, dan tarif pajak. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan yang terdaftar di *Hongkong Stock Exchange* dengan menggunakan analisis regresi.

Penelitian mengenai CSR dilakukan oleh Roman Lanis dan Grand Richardson pada tahun 2012 berjudul “*Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis*”. Sampel yang digunakan adalah perusahaan publik di Australia yang terdapat dalam *Aspect-Huntley Financial Database* periode tahun 2008-2009 dengan menggunakan analisis regresi tobit. Penelitian ini menggunakan agresivitas pajak sebagai variabel dependen dan CSR sebagai variabel independen. Penelitian ini menunjukkan bukti empiris bahwa

semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan, maka semakin rendah tingkat agresivitas pajak yang dilakukan.

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).

Penelitian mengenai agresivitas pajak juga dilakukan di Indonesia seperti penelitian Alfiyani Nur Hidayanti dan Herry Laksito pada tahun 2013 berjudul “Pengaruh antara Kepemilikan Keluarga dan *Corporate Governance* Terhadap Tindakan Pajak Agresif”. Dalam penelitian ini, tindakan pajak agresif mempunyai lima komponen pengukuran, yaitu *effective tax rate* (ETR), *cash effective tax rate* (CETR), *book-tax difference* Manzon-Plesko (BTD_MP), *book-tax difference* Desai-Dharmapala (BTD_DD) dan *tax planning* (TAXPLAN). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2008-2011. Variabel dependen yang digunakan adalah pajak agresif, sedangkan variabel independennya adalah kepemilikan keluarga dan *corporate governance*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan keluarga tidak berpengaruh signifikan terhadap tindakan pajak agresif. Sementara tata kelola perusahaan memiliki dampak yang signifikan terhadap tindakan pajak agresif yang diukur dengan *cash tarif pajak efektif* (CETR).

Table 2.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Identifikasi Variabel	Hasil Penelitian
1.	<i>Shareholder Investment Horizons and Tax Aggressiveness.</i>	Inder K. Khurana dan William J. Moser (2009)	Variabel Dependen: agresivitas pajak (ETR dan <i>permanent</i> LTD). Variabel Independen: persentase <i>outstanding-stock</i> pemegang saham jangka pendek dan pemegang saham jangka panjang. Menggunakan analisis regresi OLS.	Agresivitas pajak lebih banyak dilakukan perusahaan yang sahamnya dimiliki oleh investor jangka pendek daripada perusahaan yang sahamnya dimiliki investor jangka panjang.
2.	<i>Effect of Corporate Governance on Tax Aggressiveness</i>	Timothy (2010)	Variabel Dependen: agresivitas pajak (ETR). Variabel Independen: tata kelola (jumlah saham yang dimiliki oleh direksi, dewan direksi independen, kekuatan <i>shareholder</i> , kekuatan <i>shareholder</i> minoritas, dan tarif pajak). Menggunakan analisis regresi	Memberikan bukti bahwa tata kelola perusahaan mempengaruhi agresivitas pajak.
3.	<i>Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis.</i>	Roman Lanis dan Grant Richardson (2012)	Variabel Dependen: agresivitas pajak (ETR). Variabel Independen: <i>CSR Disclosure</i> . Menggunakan analisis regresi Tobit.	Bukti empiris bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan, maka semakin rendah tingkat agresivitas pajak yang dilakukan.

4.	<i>Corporate Social Responsibility, Tax Avoidance, and Tax Aggressiveness</i>	L. Watson (2012)	Variabel Dependen: agresivitas pajak (ETR) Variabel Independen: CSR. Menggunakan analisis regresi OLS	Memberikan bukti empiris bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.
5.	Pengaruh antara Kepemilikan Keluarga dan <i>Corporate Governance</i> Terhadap Tindakan Pajak Agresif.	Alfiyani Nur Hidayanti dan Herry Laksito (2013)	Variabel Dependen: agresivitas pajak (<i>effective tax rate, cash effective tax rate, book-tax difference</i> Manzon-Plesko, <i>book-tax difference</i> Desai-Dharmapala dan <i>tax planning</i>). Variabel Independen: kepemilikan keluarga dan <i>corporate governance</i> . Menggunakan analisis regresi.	Menunjukkan bahwa kepemilikan keluarga tidak berpengaruh signifikan terhadap tindakan pajak agresif. Sementara tata kelola perusahaan (<i>corporate governance</i>) memiliki dampak yang signifikan terhadap tindakan pajak agresif.

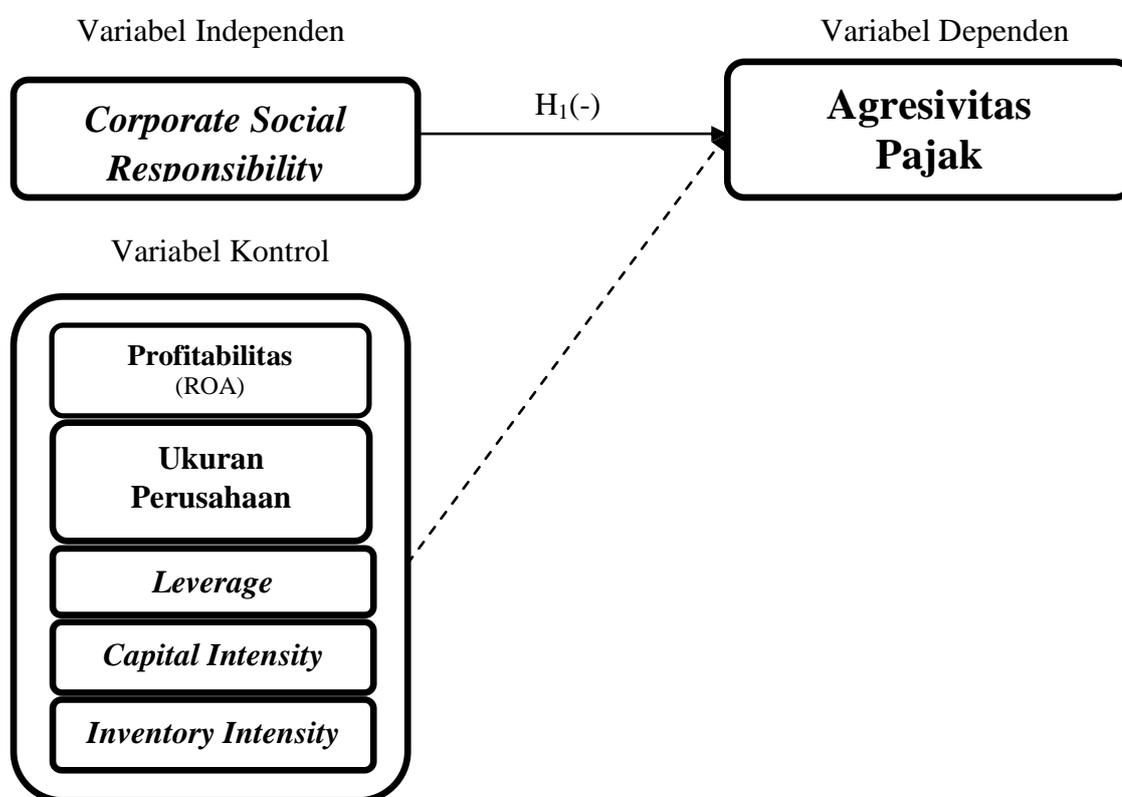
Penelitian ini mereplika penelitian yang dilakukan oleh Roman Lanis dan Grand Richardson pada tahun 2012 yang berjudul “*Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis*”, disesuaikan dengan konteks di Indonesia.

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori dan beberapa penelitian terdahulu, penelitian ini menguji pengaruh pengungkapan CSR terhadap agresivitas pajak. Penelitian ini menggunakan variabel dependen, variabel independen, dan variabel kontrol. Variabel dependen yang digunakan adalah agresivitas pajak dengan menggunakan proksi *Effective Tax Rate* (ETR), sedangkan variabel independennya adalah

Corporate Social Responsibility. Variabel kontrol antara lain profitabilitas (ROA), ukuran perusahaan (SIZE), *leverage* (LEV), *capital intensity* (CAPT) dan *inventory intensity* (INVT). Keterkaitan variabel-variabel tersebut akan dinyatakan dalam kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran Teoritis



2.4 Pengembangan Hipotesis

Lingkungan dan masyarakat cukup mempengaruhi kinerja suatu perusahaan. Salah satu bentuk hubungan komunikasi antara lingkungan masyarakat dengan perusahaan adalah melalui tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR sesuai dengan teori legitimasi. Bentuk tanggung jawab sosial tersebut bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat agar perusahaan memiliki kesan

yang baik dan dapat diterima di lingkungan masyarakat. Legitimasi menuntut perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR dan mendapatkan keuntungan. Perusahaan dapat dikatakan sukses melakukan legitimasi apabila mampu memenuhi harapan masyarakat melalui pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan.

Salah satu bentuk kewajiban perusahaan adalah membayar pajak. Dengan membayar pajak, perusahaan turut serta berkontribusi dalam melakukan pembangunan nasional guna mensejahterakan kehidupan masyarakat. Hal tersebut serupa dengan pendapat Harari, et. al. (2012) dalam Yoehana (2013) menyatakan bahwa dari perspektif masyarakat, pajak dapat dipandang sebagai deviden yang dibayar oleh perusahaan kepada masyarakat sebagai imbalan telah menggunakan sumber daya yang tersedia. Apabila perusahaan menghindari pembayaran pajak yang seharusnya, maka perusahaan dapat dikenakan sanksi atau hukuman. Pembayaran pajak merupakan salah satu bentuk penerapan teori legitimasi untuk mendapatkan simpati masyarakat. Selain itu, untuk menumbuhkan *images* positif bahwa perusahaan telah melakukan tanggung jawab sosialnya dengan baik.

Fokus perusahaan tidak hanya pada manajemen perusahaan itu sendiri maupun lingkungan dimana perusahaan itu didirikan. Tetapi kesejahteraan *stakeholder* juga merupakan perhatian penting perusahaan. Chariri (2008) dalam Octaviana (2014) menyatakan teori *stakeholder* bahwa perusahaan dalam melakukan kegiatan operasinya harus mempertimbangkan kepentingan semua pihak yang terlibat dalam operasi perusahaan. Perusahaan tidak hanya mementingkan kepentingan *shareholder* saja, akan tetapi juga harus

memperhatikan kepentingan masyarakat, pemerintah, konsumen, *supplier*, analis, dan lain sebagainya. Kinerja perusahaan dikatakan baik apabila mampu memperoleh laba maksimal selama tahun berjalan. Pembayaran pajak dipotong dari total laba bersih yang didapatkan perusahaan setiap periodenya.

Tindakan agresivitas pajak atau yang lebih dikenal dengan tindakan meminimalkan pajak rentan dilakukan perusahaan-perusahaan besar di seluruh dunia. Oleh karena itu, untuk menimbulkan kepercayaan publik, penting bagi perusahaan melakukan tanggung jawab sosialnya melalui pengungkapan laporan tahunan. Avi-Yohan (2008) dalam Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa pajak perusahaan hanya dapat dikaitkan dengan CSR jika pembayaran pajak yang dilakukan perusahaan memang memiliki implikasi untuk masyarakat luas. Namun pada umumnya, perusahaan merasa terbebani dengan banyaknya tanggung jawab yang ada, sehingga meminimalkan pajak pun menjadi salah satu pilihan guna meringankan tanggung jawab. 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). Menurut Avi-Yonah (2008) dan Symons (2008) menyatakan bahwa tindakan sengaja dengan tujuan meminimalkan pajak perusahaan dianggap tidak sah. Tidak hanya itu, Watson (2011) menambahkan bahwa dampak buruk yang diperoleh perusahaan karena melanggar norma sosial adalah jumlah penjualan yang turun karena masyarakat yang tau tentang pentingnya CSR memboikot produk perusahaan dan cenderung enggan untuk membeli produk tersebut. Itu merupakan salah satu sanksi sosial

yang didapat perusahaan dari masyarakat akibat tindakan agresif pajak yang mungkin dilakukan.

Berdasarkan uraian di atas jelas bahwa perusahaan yang melakukan agresivitas pajak akan meminimalkan pembayaran pajak perusahaan demi mendapatkan keuntungan. Tindakan tersebut tidak sesuai dengan harapan masyarakat dan bertentangan dengan teori legitimasi. 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 masyarakat.

Beberapa penelitian telah menguji hubungan antara pengungkapan CSR dengan teori legitimasi, namun analisis yang diperoleh tidak menunjukkan 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.

Berdasarkan uraian di atas, beberapa penelitian menunjukkan bahwa terdapat ketidakkonsistenan mengenai hubungan pengungkapan CSR terhadap agresivitas pajak, maka hipotesis dari penelitian ini adalah:

H₁ : Pengungkapan *corporate sosial responsibility* (CSR) memiliki pengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

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, dimana variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak. Agresivitas pajak merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk meminimalkan beban pajak yang akan dibayar dengan cara yang legal maupun illegal. *Effective Tax Rate* (ETR) merupakan proksi utama dalam penelitian ini. ETR menggambarkan persentase total beban pajak penghasilan yang dibayarkan perusahaan dari seluruh total pendapatan sebelum pajak. ETR diukur dengan menggunakan proksi model Lanis dan Richardson (2012) karena paling banyak digunakan dalam penelitian terdahulu, yaitu:

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

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.

3.1.2 Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini

adalah *corporate sosial responsibility* yang diproksikan ke dalam pengungkapan CSR. Penelitian ini mengadopsi indikator penelitian Hackston dan Milne (1996) dalam Lanis dan Richardson (2013) dengan menggunakan instrument interogasi, *check list* dan keputusan yang relevan. Namun indikator pengungkapan yang sesuai dengan perusahaan di Indonesia adalah tujuh kategori yang diungkapkan oleh Sembiring (2005) yaitu lingkungan, energi, kesehatan, dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Jumlah item yang diungkapkan perusahaan manufaktur 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:

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

CSRI_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 , $n_i \leq 78$.

3.1.3 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 Profitabilitas (ROA)

Definisi profitabilitas adalah ukuran untuk menilai efisiensi penggunaan modal dalam suatu perusahaan. Profitabilitas merupakan gambaran kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba yang dihasilkan dari total aset yang dimiliki. Penelitian ini menggunakan ROA sebagai proksi untuk mengukur profitabilitas. Menurut Lanis dan Richardson (2013) profitabilitas dapat diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Pendapatan Sebelum Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

3.1.3.2 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan salah satu karakteristik yang penting dan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dilihat dari total aset yang dimiliki. Menurut Lanis dan Richardson (2013) ukuran perusahaan dapat diukur dengan *natural logaritma* total aset dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{SIZE} = \text{Ln total asset}$$

3.1.3.3 Leverage

Leverage digunakan oleh manajer dalam rangka pengambilan keputusan pendanaan yang dilakukan oleh perusahaan. Dimana rasio *leverage* dapat menggambarkan proporsi total hutang jangka panjang terhadap total aset yang dimiliki perusahaan. Menurut Lanis dan Richardson (2013) *leverage* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{LEV} = \frac{\text{Total Hutang Jangka Panjang}}{\text{Total Aset}}$$

3.1.3.4 *Capital Intensity*

Capital intensity menggambarkan seberapa besar aset perusahaan yang diinvestasikan dalam bentuk aset tetap. Menurut Lanis dan Richardson (2013) *capital intensity* dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{CAPT} = \frac{\text{Total Aset Tetap Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

3.1.3.5 *Inventory Intensity*

Inventory intensity menggambarkan proksi persediaan yang dimiliki terhadap total aset perusahaan. *Inventory intensity* merupakan substitusi dari *capital intensity*. Menurut Lanis dan Richardson (2012) *inventory intensity* dapat diukur dengan menggunakan rumus:

$$\text{INVT} = \frac{\text{Total Persediaan}}{\text{Total Aset}}$$

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013. Pemilihan periode tiga tahun ini bertujuan untuk mendapatkan data terbaru dan diharapkan memperoleh hasil yang baik dalam menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial. Perusahaan manufaktur dipilih karena merupakan jumlah perusahaan dalam satu populasi yang cukup besar dan merupakan perusahaan yang relatif lebih banyak memiliki dampak pada lingkungan dibandingkan dengan perusahaan jasa atau dagang. Permasalahan dalam perusahaan manufaktur juga lebih kompleks sehingga diharapkan akan

lebih mampu menggambarkan keadaan perusahaan di Indonesia. Menurut BEI, sektor-sektor yang tergolong sebagai perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang bergerak di bidang industri dasar dan kimia, aneka industri, dan industri barang konsumsi.

Berdasarkan populasi tersebut akan ditentukan sampel sebagai objek penelitian. Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu dengan mengambil sampel yang telah ditentukan sebelumnya berdasarkan maksud dan tujuan penelitian dengan kriteria sebagai berikut:

1. Mempublikasikan laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keuangan dari tahun 2011-2013 diakses melalui website perusahaan atau website BEI dan mengandung informasi laporan berkelanjutan.
2. Mengungkapkan *CSR Disclosure* dalam laporannya.
3. Menyajikan laporan keuangan dengan menggunakan satuan nilai rupiah.
4. Memiliki ETR antara 0-1, dimana semakin rendah nilai ETR (mendekati 0) maka perusahaan dianggap semakin agresif terhadap pajak.
5. Memiliki profitabilitas yang positif selama periode penelitian.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis data kuantitatif yaitu data berupa angka-angka dan dapat diukur serta diuji dengan metode statistik. Sedangkan sumber data yang digunakan merupakan jenis data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan atau *annual report* perusahaan manufaktur yang listing di BEI selama tahun 2011 sampai dengan tahun 2013.

Data tersebut diperoleh dalam situs resmi BEI www.idx.co.id serta sumber lain yang relevan seperti *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD).

Data yang diambil berupa data *cross section* dimana pengumpulan data dilakukan dari berbagai sumber informasi perusahaan baik website perusahaan maupun website Bursa Efek Indonesia selama tahun 2011-2013.

3.4 Metode Pengumpulan Data

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

Metode dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara melihat, menggunakan, dan mempelajari data-data sekunder yang diperoleh dari *Indonesian Stock Exchange* (IDX) dan *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD) yaitu laporan keuangan perusahaan yang terpilih sebagai sampel yang terdaftar di BEI.

3.5 Model Analisis Data

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menjelaskan deskripsi data dari seluruh variabel yang akan dimasukkan dalam model penelitian yang dilihat dari nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata (*mean*) dan standar deviasi. Menurut Ghazali (2006) analisis statistik deskriptif dimaksudkan untuk memberikan gambaran mengenai distribusi dan perilaku data sampel tersebut.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah data layak untuk dianalisis. Tujuannya adalah untuk menghindari terjadinya estimasi yang bias, karena tidak semua data dapat diterapkan regresi.

Penelitian ini menggunakan 3 uji asumsi klasik yaitu: 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 berdistribusi normal. Data yang baik adalah data yang berdistribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2009). Uji normalitas dapat dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Adapun dasar pengambilan keputusan menurut Ghozali (2009) :

- a. Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) kurang dari 0,05, maka H_0 ditolak. Hal ini berarti data residual terdistribusi tidak normal.
- b. Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih dari 0,05, maka H_0 diterima. Hal ini berarti data residual terdistribusi normal.

3.5.2.2 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada masalah autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari

autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya (Ghozali, 2011). Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya.

Uji Durbin-Waston adalah salah satu alat uji untuk mengetahui apakah suatu model regresi terdapat autokorelasi. Nilai Dubin-Waston akan dibandingkan dengan nilai dalam table Dubin-Waston untuk mendapatkan batas bawah (DL) dan batas atas (DU) dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Apabila nilai statistik DW bernilai 2, maka hal tersebut berarti tidak terdapat auokorelasi. Apabila nilai statistik DW bernilai 0, maka hal tersebut berarti terdapat autokorelasi positif. Apabila nilai statistik DW bernilai 4, maka hal tersebut berarti terdapat autokorelasi negatif. Dengan demikian, tidak adanya autokorelasi dapat dilihat dari nilai statistik DW yang mendekati angka 2. Dalam penelitian ini, batas mendekati angka 2 yang ditetapkan adalah 2 batas bawah (DL) dan batas atas (DU) pada table DW dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Bila $DW < DL$, maka terdapat autokorelasi positif;
- b. Bila $DL < DW < DU$, maka tidak dapat disimpulkan apakah terdapat autokorelasi atau tidak;
- c. Bila $DU < DW < (4-DU)$, maka tidak terdapat autokorelasi;
- d. Bila $(4-DU) < DW < (4-DL)$, maka tidak dapat disimpulkan apakah terdapat autokorelasi atau tidak; dan
- e. Bila $DW > (4-DL)$, maka terdapat autokorelasi negatif.

3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas berarti varian variabel gangguan yang tidak konstan. Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2009). Model regresi yang baik tidak terjadi heteroskedastisitas atau dengan kata lain terjadi homoskedastisitas. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan plot grafik antara ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residual). 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 ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) 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.

Terdapat beberapa uji statistik yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas. Karena 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. Salah satu uji yang digunakan adalah Uji Glejser. Uji glejser dilakukan dengan meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika hasil uji glejser menunjukkan tidak ada satupun variabel independen yang signifikansinya $> 5\%$, maka dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas (Ghozali, 2009).

3.5.3 Pengujian Hipotesis

Metode analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah model regresi linear berganda (*multiple regression*). Agresivitas pajak sebagai variabel dependen menggunakan *effective tax rate* (ETR) sebagai proksi pengukuran. Terdapat satu variabel independen yaitu CSR dan lima variabel kontrol yaitu ROA, SIZE, LEV, CAPT, serta INVT. Persamaan regresi linear berganda untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Model Regresi:

$$TAG_{it} = \alpha_0 + \beta_1 CSR + \beta_2 ROA + \beta_3 SIZE + \beta_4 LEV + \beta_5 CAPT + \beta_6 INVT + e$$

Keterangan:

TAG_{it}	:	Agresivitas pajak perusahaan i tahun ke- t yang diukur menggunakan ETR
α_0	:	Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$:	Koefisien Regresi
CSR	:	Pengungkapan Item CSR
ROA	:	<i>Return On Assets</i>
SIZE	:	Ukuran Perusahaan
LEV	:	<i>Leverage</i>

CAPT	:	<i>Capital Intensity</i>
INVT	:	<i>Inventory Intensity</i>
e	:	<i>Error</i> (kesalahan pengganggu)

3.5.3.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada regresi linear sering diartikan sebagai seberapa besar kemampuan semua variabel independen dalam menjelaskan varians dari variabel dependennya. Secara sederhana koefisien determinasi dihitung dengan mengkuadratkan Koefisien Korelasi (R). Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah antara 0 sampai dengan 1.

Nilai R^2 yang kecil menunjukkan kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah independen yang dimasukkan ke dalam model, maka gunakan nilai *Adjusted R²*. Interpretasinya sama dengan R^2 , akan tetapi nilai *Adjusted R²* dapat naik atau turun dengan adanya penambahan variabel baru, tergantung dari korelasi antara variabel independen tambahan tersebut dengan variabel dependennya. Nilai *Adjusted R²* dapat bernilai negatif, sehingga jika nilainya negatif, maka nilai tersebut dianggap 0, atau variabel independen sama sekali tidak mampu menjelaskan varians dari variabel dependennya.

3.5.3.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Pada dasarnya uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011). Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai F hasil perhitungan lebih besar daripada nilai F menurut tabel maka hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.5.3.3 Uji Signifikansi Parameter Individu (Uji Statistik t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai signifikan lebih kecil dari derajat kepercayaan maka hipotesis alternatif dapat diterima, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen.