

**PENGARUH KARAKTERISTIK EKSEKUTIF
TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* : AGRESIVITAS PAJAK SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

**(Studi Empiris pada Perusahaan Non Keuangan yang terdaftar di BEI
Tahun 2012-2013)**



SKRIPSI

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

Disusun Oleh :

NUR ISTRIASIH

12030111140239

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2015

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Nur Istiasih

Nomor Induk Mahasiswa : 12030111140239

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Skripsi : **Pengaruh Karakteristik Eksekutif Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* : Agresivitas Pajak Sebagai Variabel Intervening**

Dosen Pembimbing : Dr. Etna Nur Afri Yuyetta, S.E., M.Si. Akt.

Semarang, 4 September 2015

Dosen Pembimbing,

(Dr. Etna Nur Afri Yuyetta, S.E., M.Si. Akt.)

NIP. 19720421 200012 2001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Nur Istriasih

Nomor Induk Mahasiswa : 12030111140239

Fakultas /Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Akuntansi

Judul Skripsi : **Pengaruh Karakteristik Eksekutif Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* : Agresivitas Pajak Sebagai Variabel Intervening**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 21 September 2015

Tim Penguji :

1. Dr. Etna Nur Afri Yuyetta, S.E., M.Si., Akt. (.....)
2. Dr. P. Basuki Hadiprajitno, MBA., M.Ac., Akt (.....)
3. Wahyu Meiranto, S.E., M.Si., Akt (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, Nur Istriasih, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **Pengaruh Karakteristik Eksekutif Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* : Agresivitas Pajak Sebagai Variabel Intervening** adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam proposal 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 salin itu, 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 ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 4 September 2015

Yang membuat pernyataan,

(Nur Istriasih)

NIM 12030111140239

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menentukan pengaruh karakteristik eksekutif *risk-taking* suatu perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) melalui perantara agresivitas pajak perusahaan. Populasi penelitian ini adalah perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2012-2013.

Terdapat tiga hasil dalam penelitian ini. Hasil pertama menunjukkan bahwa karakteristik eksekutif *risk-taking* berpengaruh positif signifikan terhadap tindakan agresivitas pajak perusahaan. Perusahaan yang mempunyai karakteristik eksekutif sebagai *risk-taking* mempunyai kecenderungan lebih besar dalam melakukan tindakan agresivitas pajak dibandingkan eksekutif *risk-averse*. Hasil kedua, agresivitas pajak mempunyai pengaruh signifikan negatif terhadap pengungkapan CSR suatu perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat agresivitas pajak rendah cenderung mempunyai pengungkapan CSR yang lebih besar dibanding dengan perusahaan yang dengan tingkat agresivitas pajak tinggi. Hasil ketiga menunjukkan bahwa agresivitas pajak tidak dapat memediasi hubungan antara karakteristik eksekutif terhadap pengungkapan CSR suatu perusahaan.

Kata kunci : karakteristik eksekutif *risk-taking*, agresivitas pajak, CSR, pengungkapan CSR

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of characteristics risk-taking executive with corporate social responsibility (CSR) disclosure through tax aggressiveness as an intervening variable. The population of this study was non-financial companies listed in Indonesia Stock Exchange (ISX) in 2012-2013.

There are three results of this study. First result of this study showed that the characteristics risk taker executive significantly and positive related to aggressiveness of corporate taxes. A company that has a risk-taking executives have a greater possibility to commit acts of tax aggressiveness than a company which has a risk-averse executive. Second, this study showed that tax aggressiveness significantly and negative related to CSR disclosure. Companies that have a low level of tax aggressiveness resulting company would disclose CSR greater than the firm that does tax aggressiveness. And third result showed that tax aggressiveness can't mediate the relationship of characteristics executive to CSR disclosure.

Keywords: characteristics risk-taking executive, corporate tax aggressiveness, CSR, CSR disclosure

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“A journey of a thousand miles must begin with a
single step”*

(Lao Tzu)

*“God does not force anyone to do beyond what is within his capacity. Everyone
will get the reward he earns and will be responsible for the evil he does”*

(QS. Al Baqarah : 286)

PERSEMBAHAN

Ku persembahkan karya ini untuk Bapak, Ibu, kakak,
keluarga besar tercinta, dan orang-orang terkasih
yang senantiasa memberi doa, semangat,
dan kasih sayang yang selalu menemani di setiap langkah hidupku

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Karakteristik Eksekutif Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* : Agresivitas Pajak Sebagai Variabel Intervening” dengan lancar dan tepat waktu. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bimbingan, arahan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orangtua, Bapak Rosyidi dan Ibu Wijati, serta kedua kakak, Arif Hervianto dan Fajar Widi atas kasih sayang, doa, semangat, dan dukungan yang telah diberikan selama ini.
2. Dr. Etna Nur Afri Yuyetta, S.E., M.Si. Akt. selaku dosen pembimbing. Terimakasih atas bimbingan, nasehat, pengarahan dan koreksi yang diberikan, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
3. Dr. Suharnomo, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
4. Prof. Dr. H. Muchamad Syafruddin, M.Si., Akt. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
5. Dr. H. Raharja M.Si., Akt. selaku dosen wali yang telah memberi waktu dan saran yang berguna bagi penulis selama perkuliahan.

6. Bapak/Ibu Dosen pengajar Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama menempuh pendidikan perkuliahan.
7. Grup “Komplotan Siwane”, Hanung, Irawati, Haris, Galeh, Jingga, Desta, Lintang, Terimakasih telah menjadi teman yang selalu mengajarkan, menyemangati dan mem-*bully* selama ini.
8. Sahabat Kosan NTT : Alex, Nanang, Hermas, Bani, Fajar, Wempy, Alif, Ical, Adit, Faiz, Danand, Roy, Reza, Rainer, Bes, Bang Jol, Alvine, Codot, Muadz, Oo, dan Niko yang telah menjadi teman sepermainan selama kuliah ini.
9. Yogo L. Baskoro, sebagai sahabat penulis yang selalu bersedia memberikan nasehatnya bagi penulis.
10. Grup “*Gembel in Action*”: Akmal, Brahma, Ciwul, Pepi, Galuh, Widya, Hasna, Angge, Novita, Alfian, Rusdan, Erika, Kezia, Habib, Sulam, Webe, Pitri, Reza, Rainer, Bes, Bang Jol, Alvine, Codot, Muadz, Oo, Niko, Alex, Nanang, Hermas, Bani, Fajar, Wempy, Alif, Ical, Adit, Faiz, Danand, dan Roy, Risha, Desspa, Iput, Tasya, Occi, dan Lisa Terima kasih atas acara jalan-jalan dari naik gunung lewati lembah sampai mengarungi lautan karimunjawa.
11. Edningsari Dewi, Risha Aristiani, dan Desspa Ayu yang telah menjadi sahabat telah menjadi sahabat yang selalu mengingatkan, mengajarkan, dan menyemangati dalam segala hal.
12. “*Qonita kost*”, Mba Fahmi, Mba Gita, Mba Piko, Mba Puri, Mba Dinda, Kakak Vera, Ami, Siwi, Dinda, Enok, Nita, Cicik, dan Adin yang telah menjadi partner hidup satu atap empat tahun terakhir ini.

13. Teman seperjuangan sebimbangan, Cahyo, Andrian, Ade, Rusdan, Fajar, Alex, Nanang, Iput, Julietta, Isti, Prapanca, Nidza, Bambo dan Erpan yang menjadi teman bertukar pikiran penulis selama pengerjaan skripsi hingga selesai.
14. Teman-teman akuntansi 2011. Terimakasih telah menjadi bagian hidup penulis dengan tawa, tangis dan senyumnya.
15. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini, yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu.
16. *The last special Thanks to* Mas Mudin yang telah memberikan banyak pelajaran, doa, dan dukungan yang sangat besar dalam penyelesaian skripsi ini. Terima kasih sudah bersedia mendengarkan segala keluh kesah penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan sebagai masukan bagi penulis. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan pihak-pihak yang terkait.

Semarang, 4 September 2015

Penulis

Nur Istriasih

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
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 Teori Atribusi.....	12
2.1.3 Karakteristik Eksekutif	15

2.1.4 Agresivitas Pajak	16
2.1.5 Corporate Social Responsibility (CSR)	18
2.1.6 CSR Disclosure.....	19
2.1.7 Variabel Kontrol	21
2.2 Penelitian Terdahulu.....	22
2.3 Kerangka Pemikiran	26
2.4 Hipotesis.....	28
2.4.1 Karakteristik Eksekutif <i>Risk-taking</i> dan Agresivitas Pajak.....	28
2.4.2 Agresivitas Pajak dan Pengungkapan CSR Perusahaan	29
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	32
3.1.1 Variabel Dependen	32
3.1.2 Variabel Independen	33
3.1.3 Variabel Intervening	34
3.1.4 Variabel Kontrol	35
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	36
3.3 Jenis dan Sumber Data	36
3.4 Metode Pengumpulan Data	37
3.5 Metode Analisis Data	37
3.5.1 Uji Asumsi Klasik.....	37
3.5.2 Analisis Regresi Berganda.....	40
3.5.3 Pengujian Hipotesis	41
3.5.4 Uji Deteksi Variabel Intervening.....	42
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Deskripsi Variabel.....	44

4.2 Analisis Data	45
4.2.1 Analisis Deskriptif	46
4.2.2 Analisis Regresi Berganda.....	48
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	48
4.3 Pengujian Hipotesis	59
4.3.1 Pengujian Hipotesis Model 1	59
4.3.2 Pengujian Hipotesis Model 2	62
4.4 Uji Deteksi Variabel Intervening	65
4.5 Interpretasi Hasil	67
4.5.1 H1 : Terdapat hubungan positif antara karakteristik eksekutif <i>risk-taking</i> dengan agresivitas pajak.....	67
4.5.2 H2 : Agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.....	69
4.5.3 Pengujian Deteksi Variabel Intervening	71
BAB V PENUTUP.....	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Keterbatasan	77
5.3 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN A	83
LAMPIRAN B	85
LAMPIRAN C	93

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	25
Tabel 4.1 Proses Purposive Sampling Penelitian	45
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif	46
Tabel 4.3 Uji Normalitas Multivariate	50
Tabel 4.4 Identifikasi sebelum outlier.....	51
Tabel 4.5 Identifikasi setelah outlier	52
Tabel 4.6 Uji Normalitas Multivariate 2	54
Tabel 4.7 Pengujian Multikolinieritas.....	55
Tabel 4.8 Pengujian Autokorelasi Durin Watson.....	56
Tabel 4.9 Uji Glejser Model 1.....	58
Tabel 4.10 Uji Glejser Model 2	58
Tabel 4.11 Koefisien Determinasi Model 1	60
Tabel 4.12 Uji Signifikansi Simultan (Uji F) Model 1	60
Tabel 4.13 Uji Signifikansi Parameter (Uji statistik t) Model 1	61
Tabel 4.14 Koefisien Determinasi Model 2	62
Tabel 4.15 Uji Signifikansi Simultan (Uji F) Model 2	63
Tabel 4.16 Uji Signifikansi Parameter Individu (Uji statistik t) model 2	64
Tabel 4.17 Ringkasan Hasil Uji Regresi	65
Tabel 4.18 Uji Sobel	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Triple Bottom Line	19
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	28
Gambar 4.1 Uji Normalitas Residual Model 1	49
Gambar 4.2 Uji Normalitas Residual Model 2	49
Gambar 4.3 Uji Normalitas Residual 2 Model 1	53
Gambar 4.4 Uji Normalitas Residual 2 Model 2	53
Gambar 4.5 Uji Heteroskedastisitas Model 1	57
Gambar 4.6 Uji Heteroskedastisitas Model 2	57

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A DAFTAR NAMA PERUSAHAAN SAMPEL	83
LAMPIRAN B HASIL OUTPUT SPSS.....	85
LAMPIRAN C INDIKATOR PENGUNGKAPAN CSR	93

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Eksekutif perusahaan merupakan pihak yang berperan besar dalam menentukan kebijakan dan membuat keputusan yang berkaitan dengan perusahaan. Eksekutif pada perusahaan terdiri dari CFO (*Chief Financial Officer*), CEO (*Chief Executive Officer*), dan *Top Executive* lainnya. Menurut Maccrimon dan Wehrung (1990) dan Low (2006), dalam menjalankan tugas di perusahaan, karakter eksekutif dibedakan menjadi dua, yaitu eksekutif dengan karakter sebagai *risk-taking* dan eksekutif dengan karakter sebagai *risk-averse*.

Eksekutif *risk-taking* merupakan eksekutif dengan karakter yang lebih berani dalam mengambil keputusan bisnis. Selain itu, eksekutif *risk-taking* biasanya mempunyai dorongan untuk memperoleh penghasilan, posisi, kesejahteraan, dan kewenangan yang lebih tinggi (Budiman dan Setiyono, 2012). Berbeda dengan *risk-taking*, eksekutif dengan *risk-averse* cenderung kurang berani dalam mengambil keputusan bisnis. Mereka akan memilih untuk mengambil kesempatan bisnis dengan risiko yang paling kecil bagi perusahaan.

Pihak eksekutif perusahaan mempunyai wewenang untuk membuat kebijakan-kebijakan dan menentukan keputusan bagi kegiatan bisnis perusahaan. Kebijakan serta keputusan yang diambil oleh pihak eksekutif sesuai dengan tujuan perusahaan, yaitu untuk mendapatkan laba sebesar-besarnya atas kegiatan operasi

perusahaan. Peningkatan laba dapat dilakukan dengan mengurangi biaya-biaya yang dibebankan kepada perusahaan, salah satunya adalah mengurangi biaya pajak. Pengurangan biaya pajak tersebut dapat dilakukan dengan tindakan agresivitas pajak. Menurut Budiman dan Setiyono (2012), eksekutif dengan karakter *risk-taking* dinilai lebih berani dalam melakukan tindakan agresivitas pajak yang mempunyai risiko tinggi.

Braithwaite (2005) menjelaskan agresivitas pajak sebagai kegiatan manajerial pajak yang dilakukan perusahaan dengan tujuan tunggal yaitu untuk mengurangi jumlah pajak yang dibayarkan kepada pemerintah. Kegiatan agresivitas pajak dapat dilakukan dengan dua cara, yakni dengan cara yang tergolong legal (*tax avoidance*) dan cara yang tergolong ilegal (*tax evasion*). *Tax avoidance* adalah tindakan penghindaran pajak yang dilakukan sebelum keluarnya SKP. *Tax evasion* adalah tindakan melanggar yang dilakukan dengan tujuan untuk melepaskan atau mengurangi jumlah pajak yang harus dibayar ke pemerintah dengan cara menyembunyikan sebagian pendapatannya. Dyreng *et al.* (2008) juga menjelaskan agresivitas pajak sebagai semua kegiatan dengan tujuan untuk mengurangi jumlah pajak yang dibayarkan.

Kegiatan agresivitas pajak merupakan kegiatan yang dapat menimbulkan dampak negatif bagi perusahaan. Salah satu dampak negatif yang akan ditimbulkan dari kegiatan agresivitas pajak adalah munculnya *image* negatif yang akan diberikan masyarakat terhadap perusahaan. Perusahaan yang melakukan agresivitas pajak akan dianggap tidak adil dalam melakukan pembayaran pajak

kepada pemerintah. Dana pajak tersebut nantinya akan digunakan untuk pembangunan fasilitas publik (Freedman, 2003 dan Landolf, 2006).

Untuk mengurangi kemungkinan timbulnya *image* negatif dari masyarakat kepada perusahaan atas tindakan agresivitas pajak, maka perusahaan melakukan berbagai kegiatan sosial yang ditujukan kepada masyarakat. Kegiatan sosial perusahaan dikenal juga dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan dilakukan kegiatan CSR tersebut diharapkan perusahaan tetap memperoleh legitimasi positif dari masyarakat. Legitimasi positif mempunyai arti penting bagi perusahaan karena dapat berpengaruh pada kelangsungan bisnis yang dilakukan oleh perusahaan tersebut.

Menurut ISO 26000 tahun 2008 tentang *Social Responsibility*, CSR adalah:

“Responsibility of an organization for the impacts of its decisions and activities on society and the environment through transparent and ethical behavior that is consistent with sustainable development and welfare of society; takes into account the expectation of stakeholders; is in compliance with applicable law and consistent international norms of behavior; and is integrated throughout the organizations.”

Pendapat lain oleh Sindhudiptha dan Gerianta (2013), CSR merupakan sebuah pertanggungjawaban perusahaan kepada *stakeholder* baik itu *stakeholder* internal maupun eksternal. Kegiatan CSR yang telah dilakukan oleh perusahaan akan dilaporkan dalam laporan yang disebut sebagai *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi serta produknya di dalam

konteks pembangunan berkelanjutan (Anggraeni, 2006). Menurut Chariri dan Nugroho (2009), informasi yang terkandung di dalam sebuah *sustainability reporting* terdiri dari *narrative text*, foto, tabel, dan grafik yang menyajikan informasi tentang pelaksanaan *sustainability* perusahaan. Dijelaskan juga bahwa di dalam *narrative text* terdapat diskusi dan analisis manajemen serta sambutan yang disampaikan oleh direktur dan komisaris perusahaan (David, 2002; Yuthas *et al.*, 2002). Perusahaan menggunakan *sustainability reporting* sebagai strategi komunikasi dengan masyarakat yang bertujuan untuk membangun kepercayaan publik (Chariri dan Nugroho, 2009).

Pemerintah mendukung kegiatan *sustainability reporting* dengan dikeluarkannya peraturan wajib mengenai praktik pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan perusahaan. Beberapa peraturan wajib berkaitan dengan kewajiban pengungkapan informasi CSR adalah dengan diterbitkannya UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dalam pasal 66 ayat 2 bagian c disebutkan bahwa selain menyampaikan laporan keuangan, perusahaan juga diwajibkan untuk melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dalam pasal 74 dijelaskan bahwa perusahaan yang menjalankan kegiatan operasi berkaitan dengan sumber daya alam wajib untuk melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Ketentuan ini bertujuan untuk menciptakan hubungan Perseroan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.

Penelitian sebelumnya tentang pengaruh karakteristik eksekutif terhadap penghindaran pajak perusahaan pernah dilakukan oleh Budiman dan Setiyono

(2012) Penelitian tersebut dilakukan pada perusahaan *Non-banking, Credit Agencies Other Than Bank, Securities, Insurance*, dan investasi yang *listing* di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2006-2010 dengan populasi sebanyak 365 perusahaan dan sampel yang terkumpul sebanyak 41 perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa eksekutif dengan karakter sebagai *risk-taking* berpengaruh positif terhadap kegiatan penghindaran pajak perusahaan.

Selain itu, penelitian tentang pengaruh agresivitas pajak terhadap pengungkapan CSR dilakukan oleh Lanis dan Richardson pada tahun 2013. Penelitian ini menghubungkan agresivitas pajak dengan pengungkapan CSR dalam konteks teori legitimasi. Penelitian menggunakan 40 sampel perusahaan, terdiri dari 20 perusahaan agresif pajak dan 20 perusahaan non agresif pajak yang terdaftar di Australian Stock Exchange (ASX) pada tahun 2001-2006. Hasil penelitian secara konsisten membuktikan bahwa perusahaan yang agresif pajak cenderung akan mengungkapkan informasi CSR yang lebih banyak daripada perusahaan yang tidak agresif pajak. Penelitian ini menunjukkan hubungan positif dan signifikan antara agresivitas pajak perusahaan dan pengungkapan CSR sehingga membenarkan teori legitimasi dalam konteks agresivitas pajak perusahaan.

Penelitian tentang pengaruh karakteristik perusahaan terhadap kegiatan agresivitas pajak perusahaan sudah banyak dilakukan di Indonesia. Begitu juga dengan penelitian tentang pengaruh agresivitas pajak terhadap pengungkapan CSR. Penelitian lebih lanjut tentang pengaruh tidak langsung antara karakteristik eksekutif terhadap pengungkapan CSR masih belum banyak dilakukan. Peneliti

bermaksud mengangkat tema dari penelitian yang telah dilakukan oleh Budiman dan Setiyono (2012) tentang pengaruh karakteristik eksekutif terhadap penghindaran pajak dan penelitian yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson (2013) tentang pengaruh agresivitas pajak terhadap pengungkapan CSR. Peneliti akan menggabungkan kedua penelitian tersebut dan menguji apakah ada hubungan tidak langsung antara karakteristik eksekutif perusahaan terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan.

Pentingnya dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik eksekutif yang mempunyai peranan lebih besar dalam melakukan agresivitas pajak dan pengaruh yang akan ditimbulkan dari kegiatan agresivitas pajak tersebut terhadap pengungkapan kegiatan CSR perusahaan. Penelitian ini menjadikan agresivitas pajak sebagai variabel intervening dan menambahkan *SIZE*, serta *Leverage* sebagai variabel kontrol. Sampel yang digunakan adalah perusahaan non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2012 dan 2013.

1.2 Rumusan Masalah

Eksekutif perusahaan merupakan pihak yang berperan penting dalam menentukan kebijakan dan mengambil keputusan terkait perusahaan. Kebijakan dan keputusan yang diambil pihak perusahaan tentunya mengacu pada tujuan dari perusahaan, yaitu untuk menaikkan laba. Kenaikan laba perusahaan dapat diperoleh dari berkurangnya biaya-biaya yang dibebankan kepada perusahaan,

salah satunya adalah biaya pajak. Pengurangan biaya pajak yang dibebankan kepada perusahaan dapat dilakukan melalui kegiatan agresivitas pajak.

Kegiatan agresivitas pajak dapat menimbulkan berbagai dampak negatif bagi perusahaan yang melakukan praktik tersebut. Perusahaan akan dinilai sebagai pihak yang telah melanggar aturan karena tidak membayar pajak sesuai dengan ketentuan. Perusahaan juga dinilai sebagai pihak yang tidak bertanggung jawab secara sosial karena dianggap tidak mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dampak selanjutnya adalah kemungkinan hilangnya legitimasi masyarakat terhadap perusahaan yang akan mengancam kelanjutan kegiatan operasi bisnis perusahaan.

Untuk mengurangi kemungkinan timbulnya *image* negatif dari masyarakat kepada perusahaan atas tindakan agresivitas pajak, maka perusahaan melakukan berbagai kegiatan sosial atau *corporate social responsibility* (CSR) yang ditujukan kepada masyarakat. Kegiatan CSR perusahaan nantinya akan dilaporkan dalam laporan tahunan perusahaan yang disebut sebagai *sustainability reporting*. Perusahaan menggunakan *sustainability reporting* sebagai strategi komunikasi dengan masyarakat yang bertujuan untuk membangun kepercayaan publik (Chariri dan Nugroho, 2009). Kepercayaan publik akan sangat berarti bagi perusahaan dalam mendapatkan legitimasi dari masyarakat. Legitimasi dari masyarakat akan berguna untuk mendukung kegiatan bisnis perusahaan agar tetap *going concern*.

Pengaruh tidak langsung antara karakteristik eksekutif terhadap pengungkapan CSR dijelaskan menggunakan agresivitas pajak sebagai variabel

intervening. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menjawab :

1. Apakah karakteristik eksekutif berpengaruh terhadap tindakan agresivitas pajak?
2. Apakah agresivitas pajak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR ?

1.3 Tujuan Penelitian

2. Untuk menguji pengaruh karakteristik eksekutif terhadap agresivitas pajak.
1. Untuk menguji apakah agresivitas pajak berpengaruh terhadap peningkatan pelaporan CSR perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh manajemen perusahaan untuk mengetahui karakteristik eksekutif perusahaan yang berpotensi lebih besar dalam melakukan tindakan agresivitas pajak dan pengaruhnya terhadap pengungkapan CSR perusahaan.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan literatur serta bukti tambahan untuk sumber referensi pada penelitian selanjutnya, sehingga dapat menambah pengetahuan pembaca

mengenai pengaruh karakteristik eksekutif terhadap pengungkapan CSR perusahaan yang berkaitan dengan tindakan agresivitas pajak.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah suatu uraian mengenai isi pokok penulisan secara garis besar dari bab I sampai bab terakhir. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- BAB I : Pendahuluan: berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.
- BAB II : Telaah Pustaka: berisi landasan teori yang mendasari penelitian, membahas hasil-hasil penelitian terdahulu yang sejenis, dan kerangka pemikiran yang menggambarkan hubungan antarvariabel penelitian, serta hipotesis penelitian.
- BAB III : Metode Penelitian: menguraikan deskripsi dari variabel-variabel penelitian, definisi operasional, penentuan sampel penelitian, jenis dan sumber data penelitian, metode pengumpulan data penelitian, serta metode analisis data dan alat analisis yang digunakan dalam penelitian.
- BAB IV : Hasil dan Pembahasan: menjelaskan mengenai deskripsi objek penelitian, analisis data dan pembahasannya, serta intepretasi hasil penelitian.
- BAB V : Penutup: berisi kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Legitimasi

Teori legitimasi merupakan sebuah sistem perusahaan yang sejalan dengan nilai dan norma yang ada di lingkungan sosial sebagai bagian dari perusahaan (Gray *et al.*,1995). Wardani dan Januarti (2013) menyatakan teori legitimasi sebagai keadaan psikologis seseorang dan sekelompok orang yang mempunyai kepekaan sangat tinggi terhadap gejala lingkungan sekitarnya. Menurut Ghozali dan Chariri (2007), teori legitimasi menjelaskan kegiatan usaha yang dilakukan oleh perusahaan diatur dengan batasan-batasan yang ditentukan oleh norma-norma, nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan yang mendorong pentingnya perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan. Legitimasi merupakan bukti bahwa suatu perusahaan dapat diterima di suatu lingkungan masyarakat tertentu.

Salah satu tanda bahwa suatu perusahaan dapat diterima di lingkungan masyarakat tertentu adalah adanya dukungan dari masyarakat sekitar terhadap kegiatan bisnis yang dilakukan oleh perusahaan. Dukungan tersebut dapat diperoleh perusahaan dengan menjalankan bisnis sesuai dengan aturan-aturan yang berlaku di masyarakat. Menurut Ghozali dan Chariri (2007), dasar terciptanya teori legitimasi adalah adanya kontrak sosial antara masyarakat

dengan perusahaan yang melaksanakan kegiatan operasinya menggunakan sumber daya ekonomi. Dalam kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat tersebut diatur mengenai hak dan kewajiban masing-masing pihak. Kontrak sosial nantinya akan menjadi sarana penyesuaian antara tujuan perusahaan dengan tujuan masyarakat sehingga tercipta legitimasi.

Legitimasi merupakan sesuatu yang diberikan oleh masyarakat kepada perusahaan yang telah melaksanakan aktivitas operasinya sesuai dengan aturan-aturan yang berlaku di masyarakat. O'Donovan (2002) menyatakan bahwa perusahaan menganggap legitimasi sebagai manfaat atau sumber daya potensial yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam rangka mempertahankan hidup (*going concern*).

Dowling dan Preffer (1975) menyatakan bahwa ada dua dimensi agar perusahaan memperoleh dukungan legitimasi dari masyarakat, yaitu: (1) aktivitas perusahaan harus sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku di masyarakat; (2) pelaporan kegiatan operasional yang dilakukan oleh perusahaan hendaknya juga mencerminkan nilai sosial. Timbulnya perbedaan antara nilai dan norma yang dianut perusahaan dengan yang berlaku di masyarakat akan mengancam legitimasi perusahaan dan menimbulkan *legitimacy gap* (Purwanto, 2011). *Legitimacy gap* bisa dikurangi dengan cara perusahaan mengidentifikasi aktivitas yang berada dalam kendalinya dan mengidentifikasi publik yang memiliki kekuatan sehingga mampu memberikan legitimasi kepada perusahaan (Neu *et al.*, 1998 dalam Ghazali dan Chariri, 2007).

Teori legitimasi dalam penelitian ini membantu untuk menjelaskan hubungan agresivitas pajak terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Lanis dan Richardson (2013) berpendapat bahwa masyarakat menganggap agresivitas pajak perusahaan sebagai tindakan tidak sah dan tidak bertanggung jawab yang akan memberikan dampak negatif bagi kegiatan sosial masyarakat. Pandangan negatif tersebut akan mempengaruhi *image* perusahaan dan berpotensi terhadap hilangnya legitimasi perusahaan. Akibat yang lebih lanjut adalah terancamnya aktivitas operasional perusahaan dan menjadikan perusahaan tidak bisa melanjutkan aktivitas bisnisnya.

Untuk mengurangi dampak negatif yang ditimbulkan dari kegiatan agresivitas pajak, maka perusahaan melakukan berbagai kegiatan sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, perusahaan juga akan melakukan peningkatan pengungkapan informasi tentang kegiatan CSR yang telah dilakukan. Salah satu tujuan dimasukkannya informasi CSR dalam laporan tahunan perusahaan dimaksudkan untuk meringankan perhatian publik dan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut tetap memenuhi harapan masyarakat (Deegan *et al.*, 2002).

2.1.2 Teori Atribusi

Teori atribusi merupakan teori yang menjelaskan tentang perilaku individu. Teori ini dicetuskan oleh Fritz Heider pada tahun 1958. Ikhsan dan Ishak (2005) menyatakan bahwa di dalam teori atribusi dipelajari tentang bagaimana cara seseorang menjelaskan suatu peristiwa, alasan, ataupun sebab

perilakunya. Teori atribusi menjelaskan bahwa perilaku individu dapat tercermin dari sikap dan karakteristik yang dimiliki individu sehingga dapat digunakan untuk memprediksi perilaku seseorang dalam menghadapi situasi tertentu.

Teori atribusi menyebutkan bahwa perilaku individu ditentukan oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal terdiri dari sifat, motivasi, sikap-sikap tertentu, dan aspek internal yang lain. Faktor eksternal yang ikut menentukan perilaku individu dapat dipengaruhi oleh tekanan sosial atau keadaan tertentu yang memberikan pengaruh terhadap perilaku individu (Luthans, 2005).

Salah satu faktor penting dari faktor internal yang mempengaruhi perilaku individu adalah adanya motivasi. Dalam memenuhi kebutuhan hidup seseorang, motivasi merupakan salah satu faktor penting yang akan mempengaruhi perilaku individu, misalnya motivasi dalam pemberian insentif. Motivasi seseorang untuk mendapatkan insentif akan mendorong individu melakukan suatu tindakan tertentu untuk memenuhi kebutuhannya.

Teori atribusi dalam penelitian ini digunakan untuk menjelaskan hubungan karakteristik eksekutif terhadap tindakan agresivitas perusahaan. Eksekutif perusahaan adalah pihak yang mempunyai wewenang untuk membuat kebijakan dan menentukan keputusan berkaitan dengan operasi bisnis perusahaan. Pihak eksekutif dapat terdiri dari CEO, CFO, atau *Top Executive* lainnya.

Menurut Low (2006), karakter eksekutif dalam mengambil keputusan dibedakan menjadi dua, yaitu eksekutif dengan karakter *risk-taking* dan *risk averse*. Eksekutif *risk-taking* mempunyai karakter lebih berani dalam mengambil

keputusan. Selain itu, *risk-taking* biasanya memiliki dorongan kuat untuk memiliki penghasilan, posisi, kesejahteraan, dan kewenangan yang lebih tinggi, (Maccrimon dan Wehrung, 1990). Berbeda dengan *risk-taking*, *risk averse* cenderung kurang berani dalam mengambil keputusan. *Risk averse* akan mengambil peluang bisnis dengan tingkat resiko yang paling kecil bagi perusahaan.

Dalam pengambilan keputusan, pihak eksekutif akan membuat keputusan sesuai dengan tujuan perusahaan, yaitu untuk mendapatkan laba tinggi. Peningkatan laba dapat dilakukan dengan mengurangi biaya-biaya yang dibebankan kepada perusahaan, salah satunya adalah mengurangi biaya pajak. Pengurangan biaya pajak tersebut dapat dilakukan dengan melakukan tindakan agresivitas pajak. Agresivitas pajak merupakan tindakan dengan risiko besar sehingga tidak semua eksekutif berani melakukan tindakan tersebut. Eksekutif dengan karakter *risk-taking* dianggap mempunyai keterlibatan lebih besar terhadap kegiatan agresivitas pajak. Hal tersebut dikarenakan karakter *risk-taking* yang lebih berani dalam mengambil keputusan dan adanya motivasi untuk mendapatkan penghasilan dari kompensasi yang diberikan oleh pemegang saham.

2.1.3 Karakteristik Eksekutif

Eksekutif perusahaan merupakan seseorang yang menduduki posisi kepemimpinan tertentu dalam sebuah perusahaan. Pihak eksekutif perusahaan bisa terdiri dari CEO, CFO, dan *top executive* lainnya. Umumnya, para eksekutif mempunyai tugas sebagai seorang komunikator, pengambil keputusan, pemimpin, pengelola (manajer), dan eksekutor (www.wikipedia.com).

Low (2006) menyatakan bahwa karakter eksekutif dalam mengambil keputusan dibedakan menjadi dua, yaitu eksekutif yang bersifat *risk-taking* dan *risk-averse*. Eksekutif yang bersifat *risk-taking* adalah eksekutif yang lebih berani dalam mengambil keputusan bisnis. Eksekutif dengan karakter seperti ini tidak ragu-ragu melakukan pembiayaan yang dananya bersumber dari hutang untuk memajukan perusahaan (Lawellen, 2003). Karakter *risk-taking* biasanya memiliki dorongan kuat untuk memiliki penghasilan, kompensasi, posisi, kesejahteraan, dan kewenangan yang lebih tinggi, (Maccrimon dan Wehrung, 1990). Menurut Rego dan Wilson (2008), kompensasi eksekutif puncak mempunyai hubungan positif terhadap kegiatan agresivitas pajak perusahaan.

Berbeda dengan *risk-taking*, eksekutif yang mempunyai karakter sebagai *risk-averse* cenderung kurang menyukai resiko. Hal ini membuat eksekutif *risk-averse* menjadi kurang berani dalam mengambil keputusan bisnis dengan resiko besar. Eksekutif *risk-averse* jika mendapatkan peluang maka dia akan memilih peluang dengan resiko yang lebih rendah (Low, 2006). Untuk mengetahui karakteristik eksekutif maka dapat dilihat dari risiko perusahaan (*corporate risk*) Untuk mengukur resiko perusahaan dihitung dengan deviasi standar EBITDA

(*Earning Before Income Tax, Depreciation, and Amortization*) dibagi dengan total aset yang dimiliki perusahaan (Paligrova, 2010).

2.1.4 Agresivitas Pajak

Sampai saat ini, pajak merupakan sumber pendapatan terbesar bagi Indonesia. Pajak berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain digunakan untuk membayar berbagai kebutuhan pemerintah dalam menjalankan pemerintahan, pajak juga digunakan untuk membangun berbagai fasilitas publik untuk kepentingan masyarakat. Mengingat begitu pentingnya peran pajak, maka semua pihak harus bekerja sama agar pembayaran pajak berjalan dengan baik dan tepat sasaran.

Akan tetapi, perusahaan sebagai salah satu wajib pajak justru berusaha untuk melakukan tindakan pengurangan pajak, yang disebut sebagai agresivitas pajak. Agresivitas pajak merupakan kegiatan manajerial pajak yang dilakukan dengan tujuan tunggal, yaitu untuk mengurangi jumlah pajak yang dibayarkan kepada pemerintah (Braithwaite, 2005). Kini, agresif pajak menjadi fitur yang semakin umum dilakukan di lingkungan perusahaan di seluruh dunia (Lanis dan Richardson, 2013). Semakin besar laba yang diperoleh, kecenderungan suatu perusahaan untuk melakukan tindakan agresif pajak akan semakin besar. Hal itu karena perusahaan ingin melindungi laba yang diperoleh untuk kepentingan *stakeholder*, bukan untuk beban pajak.

Dari sudut pandang sosial, tindakan agresif pajak dinilai sebagai tindakan yang tidak adil (Freedman, 2003 dan Landolf, 2006). Agresivitas pajak dapat

memunculkan dampak buruk bagi perusahaan. Perusahaan akan dinilai sebagai pihak yang tidak bertanggungjawab. Tindakan tersebut akan memunculkan permusuhan, kerusakan reputasi untuk perusahaan dan pemangku kepentingan. Dampak paling buruk adalah adanya kemungkinan penghentian operasi bisnis perusahaan (Erle, 2008 dan Hartnett, 2008).

Selanjutnya, muncul kekhawatiran publik bahwa perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas pajak akan bertindak tidak adil dalam keikutsertaan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Untuk mengurangi kekhawatiran publik mengenai dampak tindakan agresivitas pajak tersebut maka perusahaan melakukan pengungkapan informasi yang lebih banyak mengenai kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan.

Menurut Lanis dan Richardson (2013), agresivitas pajak bisa diukur menggunakan proksi *Effective Tax Rates* (ETR). ETR diukur dengan membandingkan beban pajak penghasilan terhadap pendapatan sebelum pajak. Indikator agresivitas pajak bisa dilihat dari ETR yang mendekati nol. Semakin rendah nilai ETR yang dimiliki perusahaan (mendekati nol) maka semakin tinggi tingkat agresivitas pajak. ETR yang rendah menunjukkan beban pajak penghasilan lebih kecil dari pendapatan sebelum pajak.

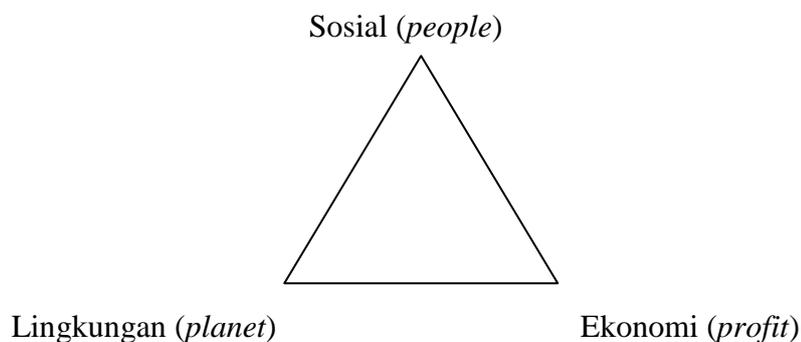
2.1.5 Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan sebuah proses untuk melakukan komunikasi mengenai dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan dari aktivitas ekonomi perusahaan terhadap kelompok khusus yang mempunyai kepentingan serta terhadap masyarakat secara umum (Hackston dan Milne). Reza Rahman (2009) memberikan 3 (tiga) defenisi CSR, sebagai berikut:

1. Kegiatan tindakan sosial, melakukan kepedulian pada lingkungan hidup, lebih dari batas-batas yang ditentukan oleh Undang-Undang.
2. Berkomitmen untuk melakukan usaha dengan cara yang etis. Dalam hal ini bertindak secara legal dan kegiatan usahanya ikut berkontribusi dalam peningkatan ekonomi dan kesejahteraan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, serta untuk masyarakat luas pada umumnya.
3. Berkomitmen untuk melakukan bisnis yang ikut berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan dan keluarganya, serta masyarakat secara luas untuk meningkatkan kualitas hidup.

CSR merupakan wujud timbal balik yang dilakukan perusahaan kepada masyarakat atas aktivitas ekonomi yang telah dilakukannya. Konsep CSR pertama kali diperkenalkan oleh John Elkington pada tahun 1997 dengan memperkenalkan konsep *Triple Bottom Lines*. Konsep tersebut memberikan pandangan bahwa perusahaan yang ingin tetap *going concern* harus memperhatikan “3P”, yaitu *profit*, *people*, dan *planet*. Selain berorientasi pada

profit, perusahaan juga harus terlibat dalam pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*). Selain itu, perusahaan juga dituntut aktif dalam keikutsertaan menjaga lingkungan (*planet*). Kini, tanggung jawab perusahaan tidak hanya berpatokan pada *single bottom line* saja, tetapi harus berpijak pada *triple bottom lines* agar perusahaan tersebut mendapat dukungan dari masyarakat sehingga bisa tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan (*sustainability*). Hubungan ini kemudian diilustrasikan dalam gambar 2.1.



Gambar 2.1. : Hubungan Garis Segitiga (*Triple Bottom Line*)

Sumber : Elkington, 1997

2.1.6 CSR Disclosure

Hendriksen (1991:203) mendefinisikan pengungkapan (*disclosure*) sebagai penyajian sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal yang efisien. Pengungkapan yang dilakukan perusahaan ada yang bersifat wajib (*mandatory*) dan bersifat sukarela (*voluntary*). *Mandatory disclosure* merupakan pengungkapan minimum yang wajib dilakukan

oleh perusahaan dan telah diatur oleh lembaga yang berwenang. *Voluntary disclosure* adalah pengungkapan tambahan yang diberikan diluar item-item yang memang wajib untuk diungkapkan. *Voluntary disclosure* disesuaikan dengan kebijakan pada perusahaan dalam memberikan informasi yang lebih relevan kepada *stakeholders*.

Pengungkapan CSR atau *sustainability reporting* merupakan salah satu cara yang digunakan perusahaan untuk melakukan interaksi dengan masyarakat secara lebih luas untuk mempengaruhi persepsi (Deegan and Tobin, 2002).

Di dalam *sustainability reporting* terdapat informasi berupa *narrative text*, tabel, foto, dan grafik yang menjelaskan tentang kegiatan *sustainability* perusahaan (Chariri dan Nugroho, 2009). Tujuan dilakukannya pelaporan CSR untuk membentuk *image* positif perusahaan terhadap pemakai informasi tersebut. Pembentukan *image* positif dapat dilakukan dengan pemakaian *narrative text* yang berisi sambutan direktur dan komisaris perusahaan (Chariri dan Nugroho, 2009). *Sustainability reporting* digunakan perusahaan sebagai media untuk komunikasi dengan para pemakainya dan digunakan untuk membangun kepercayaan publik atas kegiatan bisnis yang dilakukan.

Sampai saat ini, belum terdapat standar khusus yang mengatur tentang ketentuan pengungkapan CSR. Menurut Sembiring (2005), pengungkapan CSR dilakukan menggunakan metode *checklist* berdasarkan tujuh kriteria, yaitu :

1. Lingkungan
2. Energi
3. Kesehatan dan keselamatan tenaga kerja

4. Lain-lain tentang tenaga kerja
5. Produk
6. Keterlibatan masyarakat, dan
7. Umum

Ketujuh kriteria tersebut merupakan hasil adopsi dari penelitian yang dilakukan oleh Hackson dan Milne (1996). Dalam penelitian Hackson dan Milne tersebut terdapat 90 item pengungkapan CSR, tetapi menurut BAPEPAM No VIII.G.2 hanya 78 item pengungkapan yang sesuai dengan kondisi di Indonesia.

2.1.7 Variabel Kontrol

2.1.7.1 Ukuran Perusahaan (*SIZE*)

Ukuran perusahaan merupakan salah satu variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan CSR suatu perusahaan. Penelitian sebelumnya tentang ukuran perusahaan dilakukan oleh Patten, 2002; Hackston dan Milne, 1996; Clarkson *et al.*, 2008; Cho *et al.*, 2010, menunjukkan bahwa ukuran perusahaan secara positif memiliki kaitan dengan pengungkapan CSR.

Perusahaan dengan skala yang besar mempunyai kecenderungan untuk diperhatikan lebih oleh masyarakat. Hal ini dikarenakan perusahaan dengan skala besar dianggap mempunyai aktivitas operasi yang besar dan menimbulkan dampak yang besar pula bagi masyarakat. Oleh sebab itu, perusahaan dengan skala besar akan melakukan pengungkapan kegiatan CSR lebih besar daripada perusahaan dengan skala kecil. Seperti yang diungkapkan oleh Cho *et al.* (2010),

perusahaan dengan skala besar akan mengungkapkan informasi CSR lebih besar dalam laporan tahunan.

2.1.7.2 Leverage

Leverage merupakan alat ukur untuk melihat seberapa besar ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai aset perusahaan. Semakin tinggi tingkat *leverage* suatu perusahaan menunjukkan semakin tinggi tingkat ketergantungan perusahaan terhadap pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Semakin tinggi tingkat leverage suatu perusahaan maka semakin tinggi pula pengungkapan informasi CSR perusahaan tersebut di dalam laporan tahunannya (Clarkson *et al.*, 2008). Pengungkapan informasi lebih lanjut mengenai CSR bertujuan sebagai konsekuensi tambahan dari pemeriksaan lebih lanjut oleh pihak kreditur dan untuk menurunkan biaya modal perusahaan (Jensen dan Meckling, 1976)

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai variabel karakteristik eksekutif, agresivitas pajak, dan CSR memang sudah banyak dilakukan sebelumnya namun penelitian yang mengaitkan ketiga variabel dalam satu penelitian masih jarang dilakukan.

Ada beberapa penelitian terdahulu yang telah meneliti variabel-variabel tersebut. Pada tahun 2008, Rego dan Wilson melakukan penelitian dengan judul *Executive Compensation, Tax Reporting Aggressiveness, and Future Firm Performance*. Penelitian tersebut menggunakan agresivitas pajak sebagai variabel independen dan kompensasi eksekutif sebagai variabel dependen. Penelitian

tersebut berhasil membuktikan bahwa terdapat hubungan positif antara pelaporan pajak agresif dengan kompensasi yang dibayarkan untuk eksekutif.

Pada tahun 2009, Dyreng *et al.* juga melakukan penelitian dengan judul *The Effects of Executives on Corporate Tax Avoidance*. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah penghindaran pajak, sedangkan variabel independennya adalah karakteristik eksekutif. Hasil dari penelitian tersebut berhasil membuktikan hubungan positif antara karakteristik eksekutif terhadap penghindaran pajak (*tax avoidance*).

Selain itu, Budiman dan Setiyono pada tahun 2012 melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Karakteristik Eksekutif Terhadap Penghindaran Pajak. Dalam penelitian tersebut, penghindaran pajak digunakan sebagai variabel dependen, sedangkan karakteristik eksekutif digunakan sebagai variabel independen. Perbedaan penelitian yang dilakukan Dyreng pada tahun 2010 dengan penelitian yang dilakukan oleh Budiman dan Setiyono ini terletak pada identifikasi karakteristik eksekutif. Dalam penelitian Dyreng (2010) tidak disebutkan karakteristik eksekutif yang bagaimana yang bisa berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Penelitian Budiman dan Setiyono disebutkan bahwa karakteristik eksekutif dibedakan menjadi dua, yaitu *risk taking* dan *risk-averse*. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Budiman dan Setiyono adalah eksekutif yang bersifat *risk taking* akan berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak.

Pada tahun 2012, Irawan dan Farahmita melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kompensasi Manajemen dan Corporate Governance Terhadap

Manajemen Pajak Perusahaan. penelitian tersebut menggunakan Tax avoidance sebagai variabel dependen dan GCG, kompensasi eksekutif, kepemilikan sebagai variabel independen. Penelitian tersebut berhasil menunjukkan bahwa kepemilikan direksi secara signifikan mengurangi pajak yang dibayarkan namun kompensasi direksi bukan merupakan mekanisme yang efektif untuk manajemen pajak perusahaan.

Penelitian dengan topik yang sama juga dilakukan oleh Rego dan Wilson pada tahun 2012. Penelitian tersebut berjudul *Equity Risk Incentives and Corporate Tax Aggressiveness*. Variabel dependen yang digunakan adalah agresivitas pajak, sedangkan variabel independen yang digunakan adalah insentif atas risiko. Hasil penelitian menunjukkan bahwa insentif risiko yang lebih besar mempunyai hubungan yang signifikan terhadap tindakan agresivitas pajak yang lebih besar.

Sementara itu, beberapa penelitian tentang agresivitas pajak dan pengungkapan CSR pernah dilakukan oleh Lanis dan Richardson. Pada tahun 2012, Lanis dan Richardson melakukan penelitian dengan judul *Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis*. Variabel dependen yang digunakan adalah agresivitas pajak dan variabel independen yang digunakan adalah pengungkapan CSR. Penelitian tersebut menggunakan analisis regresi tobit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan, maka kecenderungan perusahaan tersebut untuk melakukan kegiatan CSR semakin rendah.

Pada tahun 2013, Lanis dan Richardson juga melakukan penelitian dengan judul *Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: a test of legitimacy theory*. Variabel dependen yang digunakan adalah CSR dan variabel independennya adalah agresivitas pajak. Penelitian tersebut menghasilkan hasil empiris secara konsisten menunjukkan hubungan positif dan signifikan agresivitas pajak perusahaan dan pengungkapan CSR yang membenarkan teori legitimasi dalam konteks agresivitas pajak.

Tabel 2.1.

Daftar Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Variabel dan Analisis	Hasil
1.	<i>Executive Compensation, Tax Reporting Aggressiveness, and Future Firm Performance</i>	Rego dan Wilson (2008)	Variabel Dependen : Kompensasi eksekutif Variabel Independen : agresivitas pajak	Pelaporan pajak agresif berhubungan positif dengan kompensasi eksekutif
2.	<i>The Effects of Executives on Corporate Tax Avoidance</i>	Dyreg, Hanlon, dan Maydew (2009)	Variabel independen : Karakteristik Eksekutif Variabel Dependen : Penghindaran Pajak	Eksekutif memiliki peranan signifikan terhadap penghindaran pajak
3.	Pengaruh Karakteristik Eksekutif Terhadap Penghindaran Pajak	Budiman dan Setiyono (2012)	Variabel Dependen : Penghindaran Pajak Variabel Independen : Karakteristik Eksekutif. Menggunakan analisis regresi berganda.	Eksekutif yang memiliki karakter <i>risk-taking</i> memiliki pengaruh yang positif terhadap penghindaran pajak (<i>tax avoidance</i>).

Lanjutan tabel 2.1.

4.	Pengaruh Kompensasi Manajemen dan Corporate Governance Terhadap Manajemen Pajak Perusahaan	Irawan dan Farahmita (2012)	Variabel Dependen : Tax avoidance Variabel independen : GCG, kompensasi eksekutif, kepemilikan direksi	Kepemilikan direksi menunjukkan hubungan yang signifikan dalam mengurangi tax avoidance, sementara kompensasi eksekutif tidak mengurangi jumlah pajak yang dibayarkan kepada pemerintah.
5.	<i>Equity Risk Incentives and Corporate Tax Aggressiveness</i>	Rego dan Wilson (2012)	Variabel Dependen: agresivitas pajak Variabel Independen: insentif atas risiko	Insentif risiko yang lebih besar mempunyai hubungan yang signifikan dengan agresivitas pajak yang lebih besar
6.	<i>Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis</i>	Lanis dan Richardson (2012)	Variabel dependen : Agresivitas Pajak Variabel independen : CSR Analisis regresi Tobit	Semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan oleh suatu perusahaan maka tindakan agresivitas pajaknya semakin rendah
7.	<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	Adanya hubungan positif dan signifikan antara agresivitas pajak perusahaan dan pengungkapan CSR yang membenarkan teori legitimasi dalam konteks agresivitas pajak.

2.3 Rerangka Pemikiran

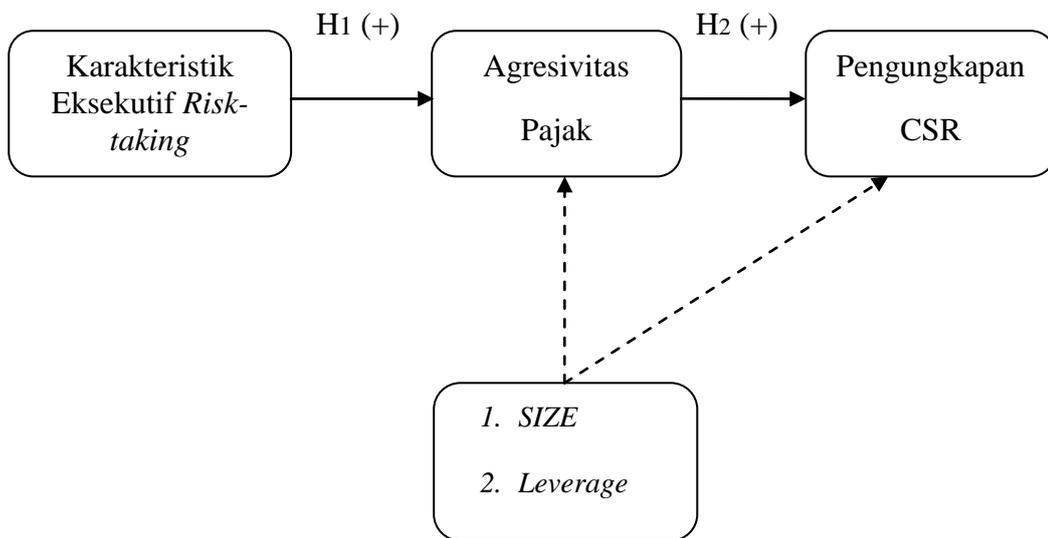
Eksekutif dalam sebuah perusahaan merupakan orang yang diberikan wewenang untuk menentukan kebijakan-kebijakan dan membuat keputusan yang berkaitan dengan perusahaan. Eksekutif perusahaan dapat terdiri dari CFO, CEO,

dan Top *Executive* lainnya. Dalam membuat keputusan, pihak eksekutif akan mengacu pada tujuan perusahaan, yaitu untuk memaksimalkan laba. Peningkatan laba dapat dilakukan dengan mengurangi biaya-biaya yang dibebankan kepada perusahaan, salah satunya adalah mengurangi biaya pajak. Pengurangan biaya pajak tersebut dapat dilakukan dengan tindakan agresivitas pajak. Agresivitas pajak merupakan kegiatan manajerial pajak dengan tujuan untuk mengurangi jumlah pajak yang seharusnya dibayarkan kepada pemerintah.

Tindakan agresivitas pajak merupakan kegiatan yang mempunyai risiko tinggi dan dapat menimbulkan kekhawatiran masyarakat mengenai dampak negatif dari kegiatan agresivitas pajak tersebut. Oleh karena itu, perusahaan yang melakukan agresivitas pajak mempunyai kecenderungan untuk meningkatkan pengungkapan informasi CSR. Tujuan peningkatan informasi tersebut agar legitimasi positif masyarakat terhadap perusahaan tetap terjaga dengan baik.

Penelitian ini menggunakan variabel dependen, variabel independen, variabel intervening, dan variabel kontrol. Variabel CSR digunakan sebagai variabel dependen, karakteristik eksekutif sebagai variabel independen, agresivitas pajak sebagai variabel intervening, dan size serta *leverage* sebagai variabel kontrol. Keterkaitan antar variabel tersebut akan dinyatakan dalam kerangka pemikiran pada gambar 2.2.

Gambar 2.2
Rerangka Pemikiran



2.4 Hipotesis

2.4.1 Karakteristik Eksekutif *Risk-taking* dan Agresivitas Pajak

Menurut Maccrimon dan Wehrung (1990) dan Low (2006) dalam Budiman dan Setiyono (2012), dalam menjalankan tugas di perusahaan, karakter eksekutif dibedakan menjadi dua, yaitu eksekutif dengan karakter sebagai *risk-taking* dan eksekutif dengan karakter sebagai *risk-averse*. Eksekutif dengan karakter *risk-taking* akan lebih berani dalam mengambil keputusan bisnis. Selain itu, eksekutif *risk-taking* biasanya mempunyai dorongan untuk memperoleh penghasilan, kompensasi, posisi, kesejahteraan, dan kewenangan yang lebih tinggi (Budiman dan Setiyono, 2012). Berbeda dengan *risk-taking*, eksekutif *risk-averse*

cenderung kurang berani dalam mengambil keputusan sehingga mereka akan memilih peluang bisnis yang mempunyai risiko paling kecil bagi perusahaan.

Dalam membuat keputusan, pihak eksekutif akan mengacu pada tujuan perusahaan, yaitu untuk memaksimalkan laba. Salah satu cara yang digunakan pihak eksekutif untuk memaksimalkan laba adalah dengan melakukan kegiatan agresivitas pajak. Akan tetapi, tidak semua eksekutif berani melakukan kegiatan agresivitas pajak karena kegiatan tersebut mempunyai risiko tinggi. Eksekutif dengan karakter *risk taking* dirasa lebih berani dalam melakukan tindakan agresivitas pajak. Selain itu, *risk taking* juga mempunyai dorongan untuk mendapatkan penghasilan, posisi, dan kesejahteraan sehingga dinilai akan lebih tertarik dengan insentif yang ditawarkan oleh pemegang saham.

Hipotesis yang diusulkan dalam penelitian ini adalah :

H1 : Terdapat hubungan positif antara karakteristik eksekutif *risk-taking* dengan agresivitas pajak

2.4.2 Agresivitas Pajak dan Pengungkapan CSR Perusahaan

Pajak merupakan iuran wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung, melainkan digunakan untuk keperluan negara dalam rangka meningkatkan kemakmuran rakyat (www.depkeu.go.id). Mengingat begitu pentingnya peranan pajak, maka semua pihak diharapkan ikut serta dengan baik dan bertanggung jawab dalam pembayaran pajak kepada negara. Akan tetapi, perusahaan menganggap

pembayaran pajak merupakan sebuah beban yang akan mengurangi perolehan laba atas kegiatan bisnisnya.

Atas dasar alasan tersebut maka pihak manajemen perusahaan berusaha mencari cara agar tujuan perusahaan dalam perolehan laba tetap berjalan dengan baik dan sesuai harapan. Peningkatan laba dapat dilakukan dengan mengurangi biaya-biaya yang dibebankan kepada perusahaan, salah satunya adalah mengurangi biaya pajak. Pengurangan biaya pajak tersebut dapat dilakukan dengan tindakan agresivitas pajak. Agresivitas pajak merupakan tindakan manajerial yang dilakukan dengan tujuan untuk mengurangi jumlah pajak yang harus dibayarkan kepada negara (Braithwaite, 2005).

Agresivitas pajak merupakan kegiatan yang mempunyai risiko tinggi dan dapat menimbulkan berbagai dampak negatif bagi perusahaan. Perusahaan akan dinilai sebagai pihak yang tidak bertanggungjawab. Tindakan agresivitas pajak tersebut akan memunculkan permusuhan, kerusakan reputasi untuk perusahaan dan pemangku kepentingan. Dampak paling buruk adalah adanya kemungkinan penghentian operasi bisnis perusahaan (Landolf, 2006; Erle, 2008; Hartnett, 2008)

Untuk mengurangi dampak negatif yang ditimbulkan dari kegiatan agresivitas pajak, maka perusahaan mengambil kebijakan untuk melakukan berbagai kegiatan sosial (CSR) yang ditujukan bagi masyarakat. Kegiatan sosial tersebut nantinya akan diungkapkan melalui laporan pengungkapan CSR atau yang disebut juga dengan *sustainability reporting* dalam laporan tahunan perusahaan. Menurut Deegan (2002) *sustainability reporting* dipandang sebagai sarana bagi perusahaan untuk berinteraksi dengan masyarakat luas sehingga dapat

mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap perusahaan. Selain itu, *sustainability reporting* juga digunakan perusahaan sebagai media untuk komunikasi dengan para pemakainya dan digunakan untuk membangun kepercayaan publik atas kegiatan bisnis yang dilakukan.

Kepercayaan masyarakat terhadap kegiatan bisnis yang dilakukan suatu perusahaan mempunyai arti penting bagi perusahaan itu sendiri. Hal ini dikarenakan kepercayaan masyarakat merupakan faktor penting dalam pemberian legitimasi kepada perusahaan. Perusahaan yang telah dipandang baik oleh masyarakat akan memperoleh legitimasi positif dari masyarakat, dimana legitimasi tersebut akan mendukung kegiatan bisnis perusahaan dan mendukung perusahaan agar tetap *going concern*.

Oleh karena itu, hipotesis yang diusulkan dalam penelitian ini adalah :

H2 : Agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.1.1 Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pengungkapan CSR dilakukan menggunakan metode *checklist* berdasarkan tujuh kriteria yang disampaikan oleh Sembiring (2005), yaitu :

1. Lingkungan
2. Energi
3. Kesehatan dan keselamatan tenaga kerja
4. Lain-lain tentang tenaga kerja
5. Produk
6. Keterlibatan masyarakat, dan
7. Umum

Ketujuh kriteria tersebut merupakan hasil adopsi dari penelitian yang dilakukan oleh Hackson dan Milne (1996). Dalam penelitian Hackson dan Milne tersebut terdapat 90 item pengungkapan CSR, tetapi menurut BAPEPAM No VIII.G.2 hanya 78 item pengungkapan yang sesuai dengan kondisi di Indonesia.

Pendekatan yang digunakan untuk menghitung item CSR adalah *score*. Setiap item CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan dan diberi skor 0 jika tidak diungkapkan (Hannifa *et al*, 2005). Selanjutnya, skor yang didapat dari setiap item kemudian dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor. Rumus perhitungan pengungkapan CSR adalah :

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan :

CSRI_j : *Corporate Social Responsibility disclosure Index* perusahaan j

n_j : jumlah item untuk masing-masing sektor perusahaan

X_{ij} : jumlah item yang diungkapkan pada perusahaan

3.1.2 Variabel Independen

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah karakteristik eksekutif *risk-taking*. Untuk mengetahui karakteristik eksekutif maka dapat dilihat dari risiko perusahaan (*corporate risk*) yang dimiliki perusahaan (Paligrova, 2010). *Corporate risk* merupakan cerminan dari penyimpangan atau deviasi standar baik itu bersifat kurang dari yang direncanakan atau lebih dari yang direncanakan. Semakin besar deviasi *earning* perusahaan mengindikasikan bahwa semakin besar pula risiko perusahaan yang ada (Budiman dan Setiyono, 2012).

Untuk mengukur resiko perusahaan dihitung dengan deviasi standar EBITDA (*Earning Before Income Tax, Depreciation, and Amortization*) dibagi dengan total aset yang dimiliki perusahaan (Paligrova, 2010). Deviasi standar dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$RISK = \sqrt{\frac{\sum_{T-1}^T (E - 1/T \sum_{T-1}^T E)^2}{T-1}}$$

Semakin besar risiko perusahaan menunjukkan eksekutif perusahaan tersebut adalah *risk-taking*, Sebaliknya, semakin kecil risiko perusahaan menunjukkan eksekutif pada perusahaan tersebut bersifat *risk-averse*.

3.1.3 Variabel Intervening

Penelitian ini menggunakan variabel agresivitas pajak sebagai variabel intervening. Agresivitas pajak merupakan skema atau pengaturan pajak yang diberlakukan dengan tujuan tunggal atau dominan untuk menghindari pajak. Proksi utama dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Effective Tax Rates* (ETR) yang dihitung dari:

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

ETR menggambarkan presentase total beban pajak penghasilan yang dibayarkan perusahaan dari seluruh total pendapatan sebelum pajak yang diperoleh perusahaan. ETR diukur dengan menggunakan proksi model Lanis dan

Richardson (2013). ETR yang rendah menunjukkan beban pajak penghasilan lebih kecil dari pendapatan sebelum pajak.

3.1.4 Variabel Kontrol

3.1.4.1 Ukuran Perusahaan (*SIZE*)

Ukuran perusahaan merupakan gambaran dari besar kecilnya aset yang dimiliki. Menurut Lanis dan Richardson (2013), ukuran perusahaan dapat diukur menggunakan natural log dari total aset, seperti rumus berikut :

$$\text{SIZE} = \text{Ln Total Aset}$$

3.1.4.2 Leverage

Rasio *leverage* digunakan untuk pengambilan keputusan pendanaan oleh manajemen. *Leverage* dapat diukur dengan proporsi total hutang jangka panjang terhadap total aset yang dimiliki perusahaan. *Leverage* menurut Lanis dan Richardson (2013) dihitung dari:

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

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini menggunakan perusahaan non keuangan yang terdaftar di BEI tahun 2012-2013. Metode pengambilan sampel adalah dengan *purposive sampling* dengan ketentuan beberapa kriteria. Kriteria yang dipakai dalam pengambilan sampel penelitian ini adalah :

1. Perusahaan non keuangan yang terdaftar di BEI tahun 2012-2013 dan menerbitkan laporan tahunan yang dapat diakses di www.idx.co.id
2. Perusahaan non keuangan yang mempublikasikan laporan keuangan tahunan (*annual report*) lengkap dengan data yang terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.
3. Memiliki pendapatan sebelum pajak yang bernilai positif selama periode penelitian.
4. Perusahaan non keuangan yang akan diambil sebagai sampel harus menggunakan satuan mata uang rupiah dalam melaporkan laporan keuangan tahunan (*annual report*).

3.3 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif. Sedangkan sumber data diperoleh dari jenis data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan non keuangan yang terdaftar di BEI dari tahun 2012 sampai tahun 2013, yang didokumentasikan dalam www.idx.co.id.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode dokumentasi yang dilakukan dengan cara mengumpulkan, mencatat, dan menghitung data-data yang berhubungan dengan penelitian. Dalam penelitian ini, data dapat diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan non keuangan yang terdaftar di BEI dengan mengakses website www.idx.co.id

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terhadap regresi bertujuan untuk dapat mengetahui apakah model regresi tersebut merupakan model regresi yang baik atau tidak (Ghozali, 2011)

3.5.1.1 Uji Normalitas

Tujuan dilakukan uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2011). Dalam penelitian ini digunakan dua cara untuk mendeteksi residual yang terdistribusi normal dan tidak terdistribusi normal, yaitu :

a. Normal Probability plot (PP Plot)

Dilakukan dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Dasar pengambilan keputusan dengan analisis grafik *normal probability plot* menurut Ghozali, 2011 adalah :

- a) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi syarat 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.
- b. *Kolmogorov-Smirnov*

Dasar keputusan uji statistik dengan *Kolmogorov-Smirnov* adalah :

- a) Apabila nilai Asymp. Sig (2-tailed) kurang dari 0,05, maka H₀ ditolak. Hal ini berarti ada data residual terdistribusi tidak normal.
- b) Apabila nilai Asymp. Sig (2-tailed) kurang dari 0,05, maka H₀ ditolak. Hal ini berarti ada data residual terdistribusi tidak normal.

3.5.1.2 Uji Multikolinieritas

Tujuan dilakukannya uji multikolinieritas adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Pengujian ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dilihat dengan melihat nilai tolerance dan nilai VIF (Variance Inflation Factor). Nilai yang umum digunakan untuk menunjukkan multikolinieritas yaitu nilai tolerance $\leq 0,10$ atau nilai VIF ≥ 10 (Ghozali, 2011).

3.5.1.3 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). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi penelitian ini menggunakan titik kritis yaitu batas bawah d_l dan batas atas d_u . H_0 diterima jika nilai Durbin-Watson lebih besar dari batas atas nilai Durbin-Watson pada tabel.

Dasar pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi dengan menggunakan tabel Durbin-Watson (Ghozali, 2011):

- a. Jika $d_u < d < 4 - d_u$, maka tidak ada autokorelasi positif atau negatif.
- b. Jika $0 < d < d_l$, maka tidak ada autokorelasi positif.
- c. Jika $d_l \leq d \leq d_u$, maka tidak ada autokorelasi positif.
- d. Jika $4 - d_l < d < 4$, maka tidak ada korelasi negatif.
- e. Jika $4 - d_u \leq d \leq 4 - d_l$, maka tidak ada korelasi negatif.

Berdasarkan DW test yang telah dilakukan, nilai DW model regresi memenuhi syarat $4 - d_u \leq d \leq 4 - d_l$ yang berarti H_0 tidak ada korelasi negatif.

3.5.1.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas dapat digunakan dengan uji scatterplot dan uji glejser. Dalam pengujian scatterplot, apabila

terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur, maka mengindikasikan terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011).

3.5.2 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda dilakukan terhadap model yang diajukan oleh peneliti dengan menggunakan software SPSS versi 21 untuk memprediksi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Hubungan tidak langsung antara karakteristik eksekutif dengan pengungkapan CSR perusahaan melalui agresivitas pajak dapat diukur dengan rumus sebagai berikut :

$$AGR = \alpha + \beta_1KAR + \beta_2SIZE + \beta_3LEV + \varepsilon$$

$$CSR = \alpha + \beta_1KAR + \beta_2AGR + \beta_3SIZE + \beta_4LEV + \varepsilon$$

Keterangan :

AGR	= Agresivitas Pajak
α	= konstanta
KAR	= Karakteristik Eksekutif <i>Risk-taking</i>
SIZE	= Ukuran Perusahaan
LEV	= Leverage
CSR	= Pengungkapan CSR
β	= Koefisien regresi
ε	= <i>error term</i>

3.5.3 Pengujian Hipotesis

Teknik pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.5.3.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Uji R^2 atau uji determinasi merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi, karena dapat menginformasikan baik atau tidaknya model regresi yang terestimasi. Nilai koefisien determinasi (R^2) ini mencerminkan seberapa besar variasi dari variabel terikat Y dapat diterangkan oleh variabel bebas X. Bila nilai koefisien determinasi sama dengan 0 ($R^2 = 0$), artinya variasi dari Y tidak dapat diterangkan oleh X sama sekali. Sementara bila $R^2 = 1$, artinya variasi dari Y secara keseluruhan dapat diterangkan oleh X. Dengan kata lain bila $R^2 = 1$, maka semua titik pengamatan berada tepat pada garis regresi. Dengan demikian baik atau buruknya suatu persamaan regresi ditentukan oleh R^2 nya yang mempunyai nilai antara nol dan satu.

3.5.3.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Pengujian terhadap pengaruh semua variabel independen di dalam model dapat dilakukan dengan uji simultan (Uji Statistik F). Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat dalam model 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 Statistik t)

Uji statistik t dilakukan untuk menunjukkan pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). 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.

3.5.4 Uji Deteksi Variabel Intervening

Suatu variabel dikatakan mediator jika variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan variabel independen dan variabel dependen (Baron dan Kenny 1986 dalam Ghozali, 2011). Uji deteksi pengaruh variabel intervening dilakukan dengan uji sobel. Uji sobel dilakukan dengan cara menguji pengaruh tidak langsung variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Z) melewati variabel intervening (Y). Pengaruh tidak langsung X ke Z melalui Y dihitung dari jalur X ke Y (a) dikaitkan dengan jalur Y ke Z (b) atau ab . *Standar error* koefisien a dan b ditulis dengan S_a dan S_b dan besarnya standar error pengaruh tidak langsung adalah S_{ab} yang dihitung dengan rumus :

$$t = \frac{a.b}{\sqrt{b^2.Sa^2 + a^2.Sb^2 + Sa^2.Sb^2}}$$

Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung maka perlu menghitung nilai t dari koefisien ab dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{a.b}{S_{ab}}$$

Nilai t hitung ini dibandingkan dengan nilai t tabel, jika nilai t hitung > nilai t tabel maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh mediasi.