

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, *LEVERAGE* DAN *CAPITAL INTENSITY* TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK

(Studi Empiris pada Perusahaan Non-Keuangan yang Terdaftar di BEI Selama Periode 2012-2013)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)

pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

NOVIA BANI NUGRAHA

NIM. 12030111130133

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2015

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Novia Bani Nugraha

Nomor Induk Mahasiswa : 12030111130133

Fakultas/ Jurusan : Fakultas Ekonomika dan Bisnis/ S-1 Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, *LEVERAGE* DAN *CAPITAL INTENSITY* TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK**

Dosen Pembimbing : Wahyu Meiranto, S.E., M.Si., Akt.

Semarang, September 2015

Dosen Pembimbing

(Wahyu Meiranto, S.E., M.Si., Akt)

NIP. 19760522 200312 1 001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Novia Bani Nugraha

Nomor Induk Mahasiswa : 12030111130133

Fakultas/ Jurusan : Fakultas Ekonomika dan Bisnis/ S-1 Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, *LEVERAGE* DAN *CAPITAL INTENSITY* TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 25 September 2015

Tim Penguji:

1. Wahyu Meiranto, S.E., M.Si., Akt. (.....)
2. Dr. H. Haryanto, S.E., M.Si., Akt (.....)
3. Puji Harto, S.E., M.Si., Akt., Ph.D. (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya Novia Bani Nugraha menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, LEVERAGE DAN CAPITAL INTENSITY TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK** “ adalah hasil tulisan saya sendiri. Saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat atau sebagian tulisan yang saya ambil dengan menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat maupun pemikiran yang berasal dari penulis lain, yang seolah-olah menjadi sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin,tiru atau tulisan yang saya ambil dari penulisan orang lain tanpa memberi pengakuan penulis aslinya.

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

Semarang, September 2015

Yang membuat pernyataan

Novia Bani Nugraha

NIM. 12030111130133

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Kegagalan terjadi bila kita menyerah. (*Lao Tse*)

Tiadanya keyakinanlah yang membuat orang takut menghadapi tantangan,
dan saya percaya pada diri saya sendiri. (*Muhammad Ali*)

Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.

Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan),
kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. (*QS Al-Insyirah 5-8*)

Yen kowe wani, coba. Nanging yen kowe ora wani, ora susah kewanen (Penulis)

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Bapak, Ibu, dan Adik tersayang

Sahabat dan teman-teman seperjuangan

Keluarga besar Akuntansi Undip 2011

Orang-orang yang penulis sayangi dan menyayangi penulis

ABSTRACT

The aim of this study are to examine the effect of corporate social responsibility (CSR), size of firm, profitability, leverage and capital intensity to tax aggressiveness. The independent variables are used in this study are corporate sosial responsibility disclosure, size of firm, profitability, leverage and capital intensity. While the dependent in this study is tax aggressiveness tahe measured using two kind of effective tax rates (ETR).

Population taken as the object of observation amounted 794 non-financial companies listed in Indonesia Stock Exchange in the 2012-2013 period. Determination of the sample was made by applying purposive sampling method and obtaining a sample of 240 manufacturing companies based on certain criteria.

The result showed tat the CSR and leverage significant effect on the tax aggressiveness. While size, profitability and capital intensity does not significantly influence the tax aggressiveness.

Key word : corporate social responsibility, size, profitability, leverage, capotal intensity and tax aggressivness

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* (CSR), ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan *capital intensity* terhadap agresivitas pajak perusahaan. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan *capital intensity*. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak yang diukur menggunakan dua ukuran *effective tax rate* (ETR).

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 794 perusahaan non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2012-2013. Penentuan sampel penelitian menggunakan metode *purposive sampling* dan memperoleh sampel sebanyak 240 perusahaan non-keuangan berdasarkan kriteria tertentu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR dan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan. Sedangkan ukuran perusahaan, profitabilitas dan *capital intensity* tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan.

Kata kunci : *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, *capital intensity* dan agresivitas pajak.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh CSR, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage dan Capital Intensity terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Non-Keuangan yang Terdaftar di BEI Periode 2012-2013)” dengan lancar dan tanpa halangan suatu apapun. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh derajat Strata 1 (S1) Program Sarjana pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat terselesaikan karena adanya campur tangan berbagai pihak yang membantu baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Suharnomo, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
2. Prof. Dr. Muchamad Syafruddin, M.Si., Akt selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
3. Wahyu Meiranto, S.E., M.Si., Akt selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan dan nasihat kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan tanpa halangan.
4. Prof.H. Imam Ghozali Mcom., Akt., Ph.D. selaku Dosen Wali yang telah membimbing penulis dari awal hingga akhir studi di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
5. Seluruh dosen Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan, sehingga penulis memperoleh ilmu yang dapat dipergunakan di masa yang akan datang.

6. Seluruh staf Tata Usaha Fakultas Eonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah membantu kelancaran proses administrasi.
7. Drs. Basuki Waluyo dan Ibu Siswiyani Sukrawati, S.Pd. selaku orang tua yang selalu menyayangi penulis dan memberikan motivasi hidup yang tiada henti serta dukungan moral maupun material sehingga penulis dapat menyelesaikan jenjang sarjana.
8. Adikku Oktarina Siski Abrianti yang memberikan dukungan dan perhatian kepada penulis.
9. Manik Sekar Sari beserta keluarga yang sudah saya anggap sebagai keluarga sendiri atas doa, perhatian, motivasi dan kasih sayang yang tiada henti kepada penulis untuk segera menyelesaikan jenjang sarjana dan menemani penulis sampai saat ini.
10. Mantan dan masih teman tinggal seataap Johar, Alex, Hermas, Gandul, Nanang dan Niko yang menemani hari-hari penulis selama tinggal di Semarang.
11. Teman-teman Bukan Sapari Boys : Alex, Hermas, Nanang, Niko, Danand, Ical, Habib, Reja, Codot, Best, Bang Jol, Oo, Sulam, Inug, Gati, Rainer, Roy, Kawin, Rusdan, Curem dan Fajar yang memberikan keceriaan dalam keseharian pebulis dan memberikan pengalaman yang berkesan selama tinggal di Semarang.
12. Teman-teman Gembel In Action (Akmal, Alex, Axel, Alif, Alvine, Bahrul, Ciwul, Codot, Danand, Despa, Bes, Faiz, Fajar, Fika, Galuh, Habib, Hermas, Sulam, Niko, Ical, Iis, Webe, Jollifi, Kezia, Gati, Muadz, Nanang, Oo, Pepi, Pitri, Rainer, Reza, Risha, Roy, Rusdan, Adit, Majid, Anice, Kawin, Wempy, dan lain lainnya) yang selalu menemani hari hari perkuliahan dan jalan-jalan wisata yang tidak pernah berhenti. Terima kasih atas waktu dan pertemanannya, berkat kalian semua dunia perkuliahan ini menjadi berwarna dan penulis merasa nyaman di Semarang.

13. Teman-teman Akuntansi Undip 2011 yang memberikan keceriaan, kebersamaan dan kekeluargaan selama penulis menjalani masa perkuliahan.
14. Teman-teman KKN (Radit, Winda, Angga, Willy, Mbak Reni, Mas Widi, Alfian, Sapta, Mamat, Dan, Sarah dan Hans) dan Mas Zein yang telah menyediakan posko di Desa Sinanggul Kecamatan Mlonggo Kabupaten Jepara serta memberikan pengalaman hidup selama masa KKN Universitas Diponegoro.
15. Bapak Bambang, Bapak Sapari dan Bapak Rasyad yang telah mengizinkan penulis untuk menempati rumah dan bangunan sebagai tempat tinggal sementara di Semarang.
16. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat penulis sebutkan satu persatu

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari sempurna. Penulis berharap karya sederhana ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Semarang, September 2015

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	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	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.4.1 Manfaat Teoritis	14
1.4.2 Manfaat Praktis	14
1.5 Sistematika Penulisan	15
BAB II TELAAH PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Teori Legitimasi.....	16
2.1.2 Teori <i>Stakeholder</i>	19
2.1.3 Teori <i>Agensi</i>	21

2.1.4 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	24
2.1.5 <i>CSR Disclosure</i>	26
2.1.6 Ukuran Perusahaan (<i>Size</i>)	29
2.1.7 Profitabilitas	30
2.1.8 <i>Leverage</i>	32
2.1.9 <i>Capital Intensity</i>	33
2.1.10 Agresivitas Pajak	34
2.1.11 Peraturan Perpajakan di Indonesia	37
2.2 Penelitian Terdahulu	40
2.3 Kerangka Pemikiran	46
2.4 Pengembangan Hipotesis	47
2.4.1 Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Agresivitas Pajak	47
2.4.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak	50
2.4.3 Pengaruh Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak	51
2.4.4 Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Agresivitas Pajak	52
2.4.5 Pengaruh <i>Capital Intensity</i> terhadap Agresivitas Pajak	53
BAB III METODE PENELITIAN	54
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	54
3.1.1 Dependen	54
3.1.2 Varibel Independen	55
3.1.2.1 Pengungkapan CSR	55
3.1.2.2 Ukuran Perusahaan	56
3.1.2.3 Profitabilitas	56
3.1.2.4 <i>Leverage</i>	57
3.1.2.5 <i>Capital Intensity</i>	57
3.2 Populasi dan Sampel	57
3.3 Jenis dan Sumber Data	58
3.4 Metode Pengumpulan Data	59
3.5 Metode Analisis Data	59

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif	59
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	59
3.5.2.1 Uji Normalitas	60
3.5.2.2 Uji Multikolinearitas	60
3.5.2.3 Uji Autokolerasi	61
3.5.2.4 Uji Heteroskedastisitas	62
3.5.3 Pengujian Hipotesis	63
3.5.4.1 Koefisien Determinasi (R^2).....	64
3.5.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	64
3.5.4.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t).....	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	66
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	66
4.2 Analisi Data	67
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif	68
4.2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	71
4.2.2.1 Uji Normalitas	71
4.2.2.1.1 Regresi Pertama	72
4.2.2.1.2 Regresi Kedua	74
4.2.2.2 Uji Multikolinearitas	75
4.2.2.2.1 Regresi Pertama	76
4.2.2.2.2 Regresi Kedua	77
4.2.2.3 Uji Autokorelasi	77
4.2.2.3.1 Regresi Pertama	78
4.2.2.3.2 Regresi Kedua	78
4.2.2.4 Uji Heteroskedastisitas	79
4.2.2.4.1 Regresi Pertama	79
4.2.2.4.2 Regresi Kedua	81
4.2.3 Uji Hipotesis	82
4.2.3.1 Koefisien Determinasi (R^2)	82
4.2.3.1.1 Regresi Pertama	83

4.2.3.1.1 Regresi Kedua	84
4.2.3.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	84
4.2.3.2.1 Regresi Pertama	85
4.2.3.2.2 Regresi Kedua	86
4.2.3.3 Uji Signifikansi Parameter Individual	86
4.2.3.3.1 Regresi Pertama	87
4.2.3.3.2 Regresi Kedua	89
4.3 Interpretasi Hasil	91
4.3.1 Pengaruh CSR terhadap Agresivitas Pajak	91
4.3.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak	93
4.3.3 Pengaruh Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak.....	95
4.3.4 Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Agresivitas Pajak	96
4.3.4 Pengaruh <i>Capital Intensity</i> terhadap Agresivitas Pajak	97
BAB V PENUTUP	98
5.1 Kesimpulan	98
5.2 Keterbatasan	100
5.3 Saran	101

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	44
Tabel 4.1 Ringkasan Pengambilan Sampel Penelitian	66
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif	68
Tabel 4.3 Uji One-Sampel Kolmogorov-Smirnov (K-S) Regresi Pertama ...	73
Tabel 4.4 Uji One-Sampel Kolmogorov-Smirnov (K-S) Regresi Kedua	75
Tabel 4.5 Uji Multikolinearitas Regresi Pertama	76
Tabel 4.6 Uji Multikolinearitas Regresi Kedua	77
Tabel 4.7 Uji Autokorelasi <i>Durbin Watson</i> Regresi Pertama	78
Tabel 4.8 Uji Autokorelasi <i>Durbin Watson</i> Regresi Kedua	78
Tabel 4.9 Hasil Uji Glejser Regresi Pertama	80
Tabel 4.10 Hasil Uji Glejser Regresi Kedua	82
Tabel 4.11 Koefisien Determinasi (R^2) Regresi Pertama	83
Tabel 4.12 Koefisien Determinasi (R^2) Regresi Kedua	84
Tabel 4.13 Uji Signifikansi Simultan Regresi Pertama	85
Tabel 4.14 Uji Signifikansi Simultan Regresi Kedua	86
Tabel 4.15 Uji Signifikansi Parameter Individu Regresi Pertama	87
Tabel 4.16 Uji Signifikansi Parameter Individu Regresi Kedua	89

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	47
Gambar 4.1 Grafik Histogram Regresi Pertama	72
Gambar 4.2 Grafik Uji Normalitas P-Plot Regresi Pertama	72
Gambar 4.3 Grafik Histogram Regresi Kedua	74
Gambar 4.4 Grafik Uji Normalitas P-Plot Regresi Kedua	74
Gambar 4.5 Grafik Uji Scatterplot Regresi Pertama	79
Gambar 4.6 Grafik Uji Scatterplot Regresi Kedua	81

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A DAFTAR PERUSAHAAN SAMPEL	109
LAMPIRAN B INDEKS PENGUNGKAPAN CSR	115
LAMPIRAN C HASIL ANALISIS DATA	119

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang besar dan memiliki jumlah penduduk yang cukup besar pula. Indonesia juga memiliki kekayaan alam yang berlimpah dan terletak pada kondisi geografis yang cukup strategis dimana daerah Indonesia menjadi kawasan lalu lintas perdagangan dunia. Keadaan seperti ini sangat menarik bagi berbagai perusahaan untuk mendirikan usahanya di Indonesia, baik perusahaan dalam negeri maupun luar negeri. Keberadaan perusahaan-perusahaan tersebut tentu menjadi keuntungan tersendiri bagi Indonesia karena dapat meningkatkan pendapatan negara terutama dari sektor pajak.

Waluyo (2011) dalam Ardyansyah (2014) menyebutkan bahwa salah satu usaha untuk mewujudkan kemandirian bangsa atau negara dalam pembangunan yaitu dengan menggali sumber dana yang berasal dari dalam negeri, yaitu pendapatan pajak. Pajak merupakan salah satu pendapatan terbesar bagi negara, sehingga pemerintah menaruh perhatian lebih pada sektor perpajakan. Pemerintah Indonesia melakukan berbagai macam kebijakan mengenai perpajakan untuk memaksimalkan pendapatan dari sektor pajak karena penerimaan pajak dapat berpengaruh cukup signifikan dalam besarnya anggaran APBN.

Pajak yang diperoleh dari wajib pajak pribadi maupun wajib pajak badan digunakan pemerintah sebagai pengumpul pajak untuk melaksanakan tanggung jawab negara di berbagai sektor kehidupan untuk mencapai kesejahteraan rakyat dan bangsa Indonesia. Wajib pajak yang taat dalam membayar pajak telah turut serta membantu pemerintah dan negara dalam usaha peningkatan kesejahteraan rakyat dan bangsa Indonesia, serta turut dalam usaha pembangunan negara Indonesia secara umum.

Dalam periode 2010-2014, pemerintah telah berhasil meningkatkan pendapatan pajak dari tahun ke tahun. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) selama periode 2010-2014 penerimaan pajak meningkat sebesar Rp 586.912 miliar dari Rp 723.307 miliar di tahun 2010 menjadi Rp 1.310.219 miliar di tahun 2014 atau sekitar 78% dari total penerimaan negara yang diperoleh dari pajak. Dilihat dari besarnya presentasi penerimaan negara yang bersumber dari sektor pajak, dapat disimpulkan bahwa betapa pentingnya arti pajak bagi pemerintah sebagai pengumpul pajak dan bagi Indonesia sebagai sumber pembiayaan negara. Oleh karena itu penting bagi pemerintah untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi besarnya penerimaan pajak sehingga dapat menyusun kebijakan yang tepat dan sesuai dengan ketentuan perpajakan.

Pajak wajib dibayarkan oleh wajib pajak, baik wajib pajak pribadi maupun wajib pajak badan. Ketentuan mengenai kewajiban wajib pajak telah diatur dalam Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 pasal 2 ayat (1) huruf b. Perusahaan sebagai salah satu wajib pajak memiliki kewajiban untuk membayar pajak sesuai dengan

ketentuan perpajakan, yakni dihitung dari besarnya laba bersih sebelum pajak dikalikan dengan tarif pajak yang berlaku. Semakin besar pajak yang dibayarkan oleh perusahaan maka semakin besar pula penerimaan negara dari sektor pajak. Namun sebaliknya bagi perusahaan, pajak merupakan beban yang harus ditanggung dan mengurangi laba bersih yang diterima perusahaan. Tujuan pemerintah memaksimalkan penerimaan dari sektor pajak bertentangan dengan tujuan dari perusahaan sebagai wajib pajak, dimana perusahaan berusaha meminimalkan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh laba yang maksimal sehingga dapat memberikan pertanggungjawaban kepada pemilik atau pemegang saham dan dalam melanjutkan kelangsungan hidup perusahaan (Yoehana,2013). Pajak merupakan sebuah beban yang harus ditanggung oleh perusahaan. Besarnya biaya pajak dapat mengurangi keuntungan atau laba yang diperoleh perusahaan. Pembayaran pajak yang sesuai dengan ketentuan tentunya akan bertentangan dengan tujuan utama perusahaan, yaitu memaksimalkan keuntungan atau laba, sehingga perusahaan berusaha untuk meminimalkan biaya pajak yang ditanggungnya. Cara yang dilakukan oleh perusahaan antara lain dengan *tax planning* atau dengan agresivitas pajak.

Mangoting (1999) menyatakan bahwa pajak dianggap sebagai biaya bagi perusahaan, sehingga perlu adanya usaha atau strategi untuk meminimalkan biaya yang dikeluarkan untuk membayar pajak atau biasanya disebut *tax planning*. *Tax planning* bertujuan meminimalkan biaya pajak dan memperoleh laba yang maksimal. Sementara Lanis dan Richardson (2012) menjelaskan bahwa pajak merupakan salah satu hal penting dalam pengambilan keputusan. Keputusan

manajerial yang menginginkan meminimalkan biaya pajak perusahaan dilakukan melalui tindakan agresif pajak yang semakin marak dilakukan oleh perusahaan-perusahaan di dunia. Namun demikian, tindakan agresif pajak dapat menghasilkan biaya dan manfaat yang signifikan bagi perusahaan. Slemrod (2004) dalam Balakhrisman, Blouin, dan Guay (2011) berpendapat bahwa agresivitas pajak merupakan aktivitas spesifik yang tujuan utamanya meminimalkan biaya pajak perusahaan.

Beberapa penelitian sebelumnya menggunakan istilah yang berbeda untuk menjelaskan agresivitas pajak perusahaan. Khurana dan Moser (2009) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai *tax planning* suatu perusahaan melalui aktivitas *tax avoidance* dan *tax sheltering*. Demikian juga dengan Timothy (2010) menyebutkan bahwa agresivitas pajak dapat dinilai dari dua cara, yaitu yang dilakukan dengan cara yang legal dan sesuai dengan hukum yang berlaku atau disebut *tax avoidance* dan dilakukan dengan cara yang ilegal dan tidak sesuai dengan ketentuan atau disebut *tax sheltering*.

Namun, Frank, Lynch, dan Rego (2009) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai “*downward manipulation of taxable incomethrough tax planning that may or may not be considered fraudulent tax evasion*”.demikian juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Mangunsong (2002), Mangoting (2009), serta Harari, Sitbon, dan Donyets (2012) menyatakan bahwa *tax planning* dapat dilakukan dengan cara legal atau disebut *tax avoidance* dan dilakukan dengan cara yang ilegal atau disebut *tax evasion*.

Meskipun terdapat perbedaan istilah untuk *tax sheltering* dan *tax evasion*, pada dasarnya dapat ditarik kesimpulan bahwa kedua cara tersebut merupakan cara yang ilegal dan melanggar ketentuan perpajakan untuk mengurangi besarnya kewajiban pajak perusahaan. Selain itu juga dapat disimpulkan bahwa agresivitas pajak merupakan usaha perusahaan untuk meminimalkan biaya pajak melalui perencanaan pajak (*tax planning*) dengan tujuan memaksimalkan laba perusahaan. Aktivitas *tax planning* dapat dilakukan dengan cara legal, ilegal, maupun keduanya.

Menurut Erle dan Schon (2008) dalam Lanis dan Richardson (2012) agresivitas pajak dapat dianggap sebagai suatu kegiatan yang tidak bertanggung jawab secara sosial. Sementara Watson (2011) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki peringkat rendah dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dianggap sebagai perusahaan yang tidak bertanggung jawab secara sosial. Dari keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa perusahaan dengan pengungkapan CSR yang rendah dapat melakukan agresivitas pajak yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki pengungkapan CSR yang lebih tinggi.

Coorporate Social Responsibility (CSR) dapat didefinisikan sebagai “bagaimana perusahaan memperhitungkan dampak sosial dan lingkungan dalam cara perusahaan tersebut beroperasi, memaksimalkan manfaat dan meminimalkan kerugian” (Pemerintah UK dalam KPMG, 2007). Sementara Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007 pasal 1 ayat 3 menyatakan bahwa tanggung jawab sosial merupakan komitmen perseroan dalam upaya ikut berperan

serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan maupun lingkungan sekitar. Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa CSR sebagai faktor kunci dalam keberhasilan dan keberlangsungan hidup perusahaan, namun pengungkapan CSR merupakan bukan suatu kewajiban bagi perusahaan.

Menurut Susilohadi (2008) terdapat dua aspek penting yang harus diperhatikan untuk menciptakan kesinambungan hubungan antara perusahaan dan masyarakat sehingga keberadaan perusahaan di tengah-tengah lingkungan masyarakat membawa dapat membawa perubahan menjadi masyarakat yang lebih baik. Dilihat dari aspek ekonomi, perusahaan harus menghasilkan laba yang sebesar-besarnya, sedangkan dilihat dari aspek sosial, perusahaan harus ikut berperan serta membangun lingkungan masyarakatnya karena perusahaan tidak hanya dituntut untuk menghasilkan laba tetapi juga dapat berjalan selaras dengan lingkungan disekitarnya.

Kesadaran perusahaan untuk melaksanakan CSR dalam kegiatan operasinya berbeda antara satu perusahaan dengan perusahaan yang lain. Jika perusahaan semakin menyadari pentingnya CSR, maka perusahaan akan semakin menyadari betapa pentingnya kontribusi perusahaan, dalam membayar pajak, bagi masyarakat umum (Yoehana, 2013). Rusydi (2009) menyatakan bahwa perusahaan yang menjalankan perpajakan yang tidak sesuai dengan prinsip CSR maka dapat menyebabkan gangguan *sustainability* dan *image* perusahaan tersebut. Rustiarini (2010) menyebutkan bahwa perusahaan yang baik adalah perusahaan

yang melakukan aktivitas CSR sebagai tanggung jawab kepada masyarakat dan lingkungan sosial.

Beberapa pendapat mengenai bagaimana sikap perusahaan terhadap biaya pajak dapat dijadikan alasan bagaimana seharusnya perusahaan bagaimana seharusnya perusahaan memperlakukan kewajibannya membayar pajak. Pajak yang dibayarkan perusahaan nantinya akan diberikan dalam bentuk pelayanan dan fasilitas untuk kepentingan masyarakat dan negara. Jadi kewajiban perusahaan membayar pajak mencerminkan bahwa perusahaan peduli terhadap lingkungan dan keadaan sosial tempat dimana perusahaan tersebut beroperasi. Selain melalui kewajiban perpajakan, perusahaan dapat melakukan kepedulian sosial melalui kegiatan CSR yang dilakukan masing-masing perusahaan. CSR yang dilakukan perusahaan sama tujuannya dengan kewajiban perpajakan, yakni membangun kesejahteraan dan kepedulian terhadap lingkungan sosial tempat perusahaan beroperasi.

Tindakan pajak agresif adalah usaha perusahaan untuk mengurangi biaya pajak yang harus dibayarkan. Semakin agresif perusahaan dalam hal perpajakan, dapat disimpulkan bahwa perusahaan tersebut kurang peduli terhadap lingkungan sekitarnya. Kegiatan agresivitas ini tidak sejalan dengan kegiatan CSR yang bertujuan mendukung pembangunan dan kesejahteraan lingkungan sekitar. Apabila perusahaan melakukan kegiatan CSR maka perusahaan tersebut dapat dikatakan peduli terhadap lingkungan sekitar dan seharusnya taat membayar pajak sesuai dengan ketentuan tanpa mengurangi besarnya biaya yang telah menjadi

kewajibannya, sehingga perusahaan tersebut dapat dikatakan peduli terhadap lingkungan melalui taat membayar pajak atau tidak melakukan agresivitas pajak.

Selain karena kepentingan untuk memperoleh laba yang maksimal, menurut Rodriguez dan Arias (2012) beberapa hal yang dapat mempengaruhi perusahaan dalam besar kecilnya membayar pajak antara lain ukuran perusahaan, *profitability*, *leverage*, dan *capital intensity*. Besar kecilnya sebuah perusahaan dapat mempengaruhi seberapa besar perusahaan memperoleh pendapatan (*profitability*) perusahaan karena memperoleh pendapatan yang besar juga akan mempengaruhi perusahaan dalam memiliki jumlah aset yang lebih besar. Kepemilikan aset yang besar bagi perusahaan dapat menimbulkan biaya yang dapat menambah atau mengurangi laba sebelum pajak. Dengan besarnya pendapatan yang diperoleh dapat digunakan untung menutup tingkat utang perusahaan sehingga laba dapat menurun dan berpengaruh terhadap pembayaran pajak perusahaan.

Beberapa penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan mengenai kaitan antara CSR dan Agresivitas pajak diteliti oleh peneliti seperti Watson (2011) serta Lanis dan Richardson (2012). Watson menguji hubungan CSR dan agresivitas pajak dengan hasil yang menyebutkan bahwa CSR mempunyai efek mengurangi tingkat agresivitas pajak perusahaan. Sementara Lanis dan Richardson (2012) meneliti mengenai hubungan CSR dan agresivitas pajak dengan *Effective Tax Rate* (ETR) sebagai alat ukur agresivitas, hasilnya menunjukkan bahwa semakin tinggi CSR sebuah perusahaan, maka semakin rendah agresivitas pajak yang dilakukan. Yoehana (2013) dan Pradnyadari (2015) juga melakukan penelitian

serupa dengan menganalisis hubungan antara CSR dengan agresivitas pajak, dan hasilnya menyebutkan bahwa CSR dan agresivitas pajak saling berkebalikan atau berpengaruh negatif. Semakin tinggi kegiatan dan pengungkapan CSR, maka perusahaan dianggap peduli terhadap lingkungan dan tidak akan melakukan agresivitas pajak.

Lanis dan Richardson (2007) meneliti hubungan antara ukuran perusahaan, struktur modal, dan *asset mix* dengan ETR menemukan hubungan yang tidak signifikan antara ukuran perusahaan, struktur modal dan *asset mix* dengan ETR. Sedangkan Rodriguez dan Arias (2012) meneliti hubungan antara ukuran perusahaan, struktur modal, tingkat persediaan, aset campuran, profitabilitas dan lokasi dengan ETR menemukan hubungan yang signifikan antara variabel-variabel tersebut.

Penelitian ini termotivasi dari penelitian sebelumnya yang meneliti tentang hubungan CSR dan agresivitas pajak. Peneliti tertarik untuk memodifikasi variabel pada penelitian tersebut yakni dengan mengubah variabel kontrol yang digunakan dan dijadikan variabel independen. Modifikasi ini peneliti lakukan karena sebagian besar penelitian sebelumnya tidak pernah mengungkapkan hubungan variabel kontrol dengan agresivitas pajak perusahaan yang sebenarnya dapat dijadikan faktor yang mempengaruhi perusahaan melakukan agresivitas pajak atau tidak melakukan agresivitas pajak. Tujuan utama dalam penelitian ini tentu saja meneliti bagaimana sikap perusahaan dalam ketaatannya membayar kewajiban perpajakan. Sebelumnya pemerintah Indonesia telah mengeluarkan berbagai kebijakan perpajakan, antara lain : (i) penurunan tariff PPh badan dari

28% menjadi 25% (UU No. 36 Tahun 2009), (ii) keringanan PPh sebesar 5% bagi perusahaan yang minimal 40% saham dimiliki publik dan (iii) pemberian insentif berupa pajak ditanggung pemerintah (DTP) atas PPh, PPN dan bea masuk guna mendorong investasi dan kegiatan usaha dalam negeri (Kementerian Keuangan RI, 2012). Dengan adanya kebijakan tersebut diharapkan perusahaan akan membayar pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku karena kebijakan yang baru telah menurunkan tarif pajak bagi perusahaan yang tentunya juga menguntungkan bagi perusahaan. Namun pada kenyataannya masih saja terjadi kecurangan yang dilakukan perusahaan dalam hal usaha menurunkan beban pajak yang harus dibayarkan. Penelitian ini dilakukan untuk mencari informasi terkait dengan ketaatan perusahaan dalam membayar pajak atau perusahaan melakukan tindakan agresivitas pajak. Penelitian ini dilakukan karena belum terdapat data atau bukti yang valid mengenai tindakan agresivitas pajak sehingga perlu diadakan penelitian mengenai tindakan agresivitas pajak dan faktor-faktor yang dapat mempengaruhinya. Faktor yang akan diteliti antara lain CSR, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan *capital intensity*. Pada penelitian-penelitian sebelumnya, CSR telah diteliti hubungannya dengan agresivitas pajak dan menunjukkan hubungan yang negatif signifikan yang artinya CSR dapat digunakan sebagai indikator menilai ketaatan perusahaan membayar pajak. Sedangkan faktor lainnya dimasukkan dalam penelitian ini karena dianggap dapat berpengaruh terhadap agresivitas pajak karena faktor-faktor tersebut berkaitan dengan laba, beban, utang dan aset yang secara tidak langsung berhubungan dengan perhitungan pajak perusahaan. Dengan ditambahkannya faktor-faktor

tersebut diharapkan pihak yang berkepentingan dengan perusahaan dapat menilai ketaatan pajak perusahaan dengan berbagai indikator sehingga dapat dibandingkan hasilnya.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson (2012) menggunakan sampel wajib pajak badan yang listing di Australia pada tahun 2008-2009 dari berbagai jenis perusahaan. Variabel penelitian yang digunakan adalah CSR sebagai variabel independen dan agresivitas pajak sebagai variabel dependen, serta menggunakan beberapa variabel kontrol berupa ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, *capital intensity*, *inventory intensity*, *resource and development intensity*, *market to book ratio* dan beberapa elemen *corporate government*. Data penelitian dianalisis menggunakan uji regresi model *ordinary least square*. Sedangkan pada penelitian ini memodifikasi penelitian sebelumnya dengan mengubah beberapa variabel kontrol yang digunakan pada penelitian sebelumnya menjadi variabel independen, yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan *capital intensity*, tanpa memakai variabel kontrol lainnya. Hal ini dilakukan karena variabel kontrol tidak hanya digunakan sebagai batasan atau mempertegas hasil variabel independen namun variabel kontrol tersebut dapat dianalisis dan diungkapkan menjadi faktor-faktor yang dapat berpengaruh pada agresivitas pajak. Penelitian ini menggunakan sampel wajib pajak badan perusahaan non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2012 dan periode 2013. Dengan modifikasi yang dilakukan, variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah CSR, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan *capital intensity* sebagai variabel dependen serta agresivitas pajak

sebagai variabel dependen. Data dalam penelitian ini akan dianalisis dengan menggunakan uji regresi model linier berganda.

Beberapa penelitian di Indonesia pernah meneliti hubungan antara CSR dengan agresivitas pajak, namun belum ada yang menambahkan ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan *capital intensity* sebagai variabel independennya. Oleh karena itu diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perusahaan melakukan agresivitas pajak.

1.2 Rumusan Masalah

Masalah perpajakan seakan menjadi masalah yang akrab dalam perkembangan kehidupan masyarakat. Pajak memiliki arti tersendiri bagi pemerintah dan wajib pajak. Bagi perusahaan, sebagai wajib pajak, pajak dapat diartikan sebagai beban yang dapat mengurangi laba yang diperoleh. Oleh sebab itu, perusahaan akan berusaha meminimalisir biaya yang dikeluarkan untuk membayar pajak atau biasa disebut tindakan agresivitas pajak. Tindakan agresivitas pajak perusahaan dapat dilakukan dengan cara yang legal maupun ilegal. Namun dipandang dari aspek sosial, tindakan agresivitas pajak dapat dikatakan sebagai tindakan perusahaan yang tidak bertanggung jawab terhadap keadaan lingkungan sosial dimana perusahaan tersebut beroperasi. Tindakan agresivitas pajak dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satu yang dapat dilihat adalah CSR. Perusahaan yang mengungkapkan CSR dalam laporan keuangan dianggap sebagai perusahaan yang peduli terhadap lingkungan karena

dapat memberikan informasi yang pasti melalui data keuangan kepada pemilik perusahaan dan masyarakat umum.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah CSR memiliki pengaruh negatif terhadap agresivitas pajak?
2. Apakah ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap agresivitas pajak?
3. Apakah profitabilitas memiliki pengaruh negatif terhadap agresivitas pajak?
4. Apakah *leverage* memiliki pengaruh positif terhadap agresivitas pajak?
5. Apakah *capital intensity* memiliki pengaruh positif terhadap agresivitas pajak?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh pengungkapan CSR terhadap agresivitas pajak
2. Untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak
3. Untuk menganalisis pengaruh rasio profitabilitas terhadap agresivitas pajak
4. Untuk menganalisis pengaruh rasio *leverage* terhadap agresivitas pajak

5. Untuk menganalisis pengaruh rasio *capital intensity* terhadap agresivitas pajak.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini antara lain:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya bidang akuntansi. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai literature dan memunculkan ide dan gagasan baru untuk penelitian selanjutnya sehubungan dengan CSR, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, *capital intensity* maupun tindakan agresivitas pajak.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan dapat dijadikan acuan oleh beberapa pihak terkait dengan keputusan atau kebijakan yang akan diambil. Penelitian ini dapat memberikan pandangan bagi perusahaan mengenai tindakan agresivitas pajak agar terhindar dari tindakan tersebut dan tidak terkena sanksi perpajakan. Bagi investor, penelitian ini dapat dijadikan pandangan bagaimana manajemen perusahaan mengambil kebijakan terkait dengan perpajakan. Sedangkan bagi Direktorat Jenderal Pajak, penelitian ini dapat dijadikan sebagai pandangan dalam pengambilan kebijakan perpajakan di masa yang akan datang.

1.5 Sistematika Penulisan

Secara umum, sistematika penulisan materi yang akan dibahas dalam setiap bab yang ada dalam skripsi. Adapun sistematika penulisan yang dipakai adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II TELAAH PUSTAKA

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

BAB III METODE PENELITIAN

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

BAB IV HASIL DAN ANALISIS

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

BAB V PENUTUP

Bab penutup berisi kesimpulan, keterbatasan dan saran penelitian selanjutnya.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Legitimasi

Teori legitimasi merupakan salah satu teori yang banyak disebutkan dalam akuntansi sosial dan lingkungan (Tilling, 2004). Teori Legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat, pemerintah, individu dan kelompok masyarakat (Gray *et al*, 1996). Hal ini mengindikasikan adanya kontrak sosial antara perusahaan terhadap masyarakat dan adanya pengungkapan sosial lingkungan. Perusahaan menjalankan kontrak sosial harus menyesuaikan dengan nilai dan norma yang berlaku agar berjalan dengan selaras.

Perusahaan semakin menyadari hubungan perusahaan dengan lingkungan sosial tempat perusahaan beroperasi dapat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini sejalan dengan *legitimacy theory* yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatan berdasarkan nilai-nilai *justice* dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan (Tilt, CA.1994 dalam Titisari, Suwardi dan Setiawan, 2010). Teori legitimasi menyatakan bahwa organisasi harus secara terus menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat

(Rustiarini, 2011). Teori legitimasi juga menjelaskan bahwa nilai-nilai sosial dan reaksi terhadap batasan dan norma mendorong pentingnya perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan (Dowling dan Preffer, 1975 dalam Chariri, 2008).

Legitimasi menunjukkan adanya suatu kontrak sosial yang implisit dimana perusahaan bertanggung jawab terhadap harapan atau tuntutan masyarakat (Kuznetsov dan Kuznetsova, 2008). Secara spesifik, kelangsungan hidup suatu organisasi terancam jika masyarakat beranggapan organisasi tersebut telah melanggar kontral sosial (Deegan, 2002 dalam Cuganesan, Ward dan Guthrie, 2007). Legitimasi dipersepsikan sebagai tindakan yang diinginkan dari perusahaan, sesuai dengan norma, nilai, keyakinan dan definisi (Suchman, 1995 dalam Moir, 2001).

Dowling dan Preffer (1975) dalam Chariri (2008) menyatakan bahwa terdapat dua dimensi agar perusahaan memperoleh dukungan legitimasi, yaitu : (i) aktivitas perusahaan harus sesuai dengan sistem nilai di masyarakat dan (ii) pelaporan aktivitas perusahaan hendaknya mencerminkan nilai sosial. Suaryana (2011) menyatakan bahwa norma perusahaan harus selalu berubah mengikuti perkembangan agar dapat menyesuaikan dengan masyarakat. Perusahaan dalam hal ini dianjurkan untuk menarik perhatian masyarakat dan meyakinkan kegiatan operasinya agar dapat diterima dengan baik dan sejalan dengan teori legitimasi. 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).

Dalam teori legitimasi dapat disimpulkan bahwa perusahaan memiliki kontrak atau kewajiban untuk menyesuaikan diri dengan masyarakat atau lingkungan sekitar. Bentuk penyesuaian yang dilakukan adalah dengan melakukan kegiatan operasional perusahaan yang sesuai dengan norma dan nilai yang berlaku di masyarakat serta usaha dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat atau pembangunan kesejahteraan dan kehidupan lingkungan tempat perusahaan beroperasi. Bentuk kegiatan penyesuaian yang banyak dilakukan perusahaan adalah melalui program CSR. Program CSR dilakukan dalam usaha perusahaan mengayomi lingkungan disekitarnya sebagai wujud kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar. Selain sebagai suatu kewajiban, CSR juga dapat memberikan manfaat yang positif bagi perusahaan yaitu sebagai sarana mengambil simpati masyarakat dan media promosi bagi perusahaan, disamping pembangunan kesejahteraan dan sosial masyarakat sebagai tujuan utama.

Perusahaan melakukan CSR sebagai salah satu tanggung jawabnya kepada masyarakat dan lingkungan sekitar, atau bisa dibidang sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Sama halnya dengan perusahaan yang taat membayar pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku tanpa mengurangi atau melakukan agresivitas pajak, berarti perusahaan telah turut serta dalam usaha meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan nasional. perusahaan yang semakin banyak melakukan dan mengungkapkan kegiatan CSR berarti perusahaan tersebut memiliki kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan

sekitarnya serta seharusnya membayar pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan tidak melakukan agresivitas pajak. Dengan kata lain, perusahaan yang semakin banyak mengungkapkan kegiatan CSR-nya makan semakin kecil kemungkinan melakukan tindakan agresivitas pajak yang tentunya akan merugikan masyarakat dan dapat merugikan perusahaan sendiri.

2.1.2 Teori *Stakeholder*

Saat ini pengelolaan organisasi entitas bisnis tidak hanya berorientasi pada pengelola (agen) dan pemilik (*principle*), sesuai dengan teori keagenan, namun mengalami perubahan pandangan manajemen modern yang didasarkan dengan teori *stakeholder*. Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang beroperasi untuk kepentingan sendiri namun memberikan manfaat bagi *stakeholder* (Chariri, 2008). *Stakeholder* mengacu pada individu atau kelompok yang memiliki andil di sebuah organisasi sama seperti *shareholder* yang memiliki saham di organisasi tersebut (Fassin, 2007). Dengan kata lain perusahaan dalam beroperasi membutuhkan bantuan dari pihak luar salah satunya adalah dukungan dari masyarakat dan lingkungan.

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab sosial yang mengharuskan mereka untuk mempertimbangkan kepentingan semua pihak yang merasakan dampak aktivitas operasinya. Manajemen sebaiknya tidak hanya mempertimbangkan pemegang saham, tetapi juga semua pihak yang dipengaruhi oleh keputusan bisnis (Branco dan Rodrigues, 2007). Menurut teori *stakeholder*, meningkatkan CSR membuat perusahaan lebih menarik bagi

konsumen. Oleh karena itu CSR harus dilakukan oleh semua perusahaan (Cheers, 2011).

Berdasarkan asumsi teori *stakeholder*, perusahaan bertanggung jawab tidak hanya kepada *shareholder* atau pemilik perusahaan melainkan kepada pihak *stakeholder* atau pihak diluar perusahaan yang menunjang kelangsungan operasional perusahaan. Pihak luar yang berperan dalam kelangsungan operasional perusahaan antara lain pemerintah dan lingkungan sosial. Pemerintah memberikan perlindungan kepada perusahaan untuk melakukan kegiatan operasional usahanya dan perusahaan wajib melakukan imbal balik kepada pemerintah dengan cara pembayaran pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku umum. Hubungan perusahaan dengan lingkungan sekitar juga harus terjalin dengan baik agar perusahaan dapat menjalankan kegiatan operasionalnya tanpa terhalangan oleh nilai, norma ataupun masalah dengan lingkungan sosial disekitarnya. Usaha perusahaan untuk menjalin hubungan dengan masyarakat dapat dilakukan dengan kegiatan CSR, baik berupa bantuan fisik maupun materi yang kiranya dapat digunakan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan lingkungan dan pembangunan lingkungan di sekitar tempat perusahaan beroperasi. Perusahaan yang melakukan kegiatan CSR sebagai bentuk tanggung jawabnya kepada masyarakat dan lingkungan sosial dapat dikatakan bahwa perusahaan tersebut peduli terhadap keadaan sekitar dan bertanggung jawab pada masyarakat dan lingkungan sekitarnya sebagai bentuk tanggung jawab kepada *stakeholder*. Apabila perusahaan semakin banyak melakukan kegiatan CSR dan mengungkapkannya secara publik maka perusahaan tersebut dapat disebut sebagai

perusahaan yang peduli pada lingkungan, maka seharusnya perusahaan juga bertanggungjawab pada *stakeholder* lainnya, pemerintah, dengan membayar pajak sesuai ketentuan perpajakan tanpa melakukan tindakan agresivitas pajak sehingga dana yang terkumpul dari pajak dapat disalurkan pada peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan nasional dengan maksimal.

2.1.3 Teori Agensi

Teori agensi menjelaskan mengenai adanya hubungan antara pihak pemberi kewenangan (*principal*) dengan pihak yang diberi kewenangan (*agent*). Luayyi (2010) menyebutkan bahwa dalam teori agensi atau keagenan terdapat kontrak atau kesepakatan antara pemilik sumber daya dengan manajer untuk mengelola perusahaan dan mencapai tujuan utama perusahaan yaitu memaksimalkan laba yang akan diperoleh, sehingga kadang kala manajer melakukan berbagai cara untuk mencapai tujuan tersebut baik cara yang baik ataupun cara yang merugikan banyak pihak.

Teori agensi muncul ketika ada sebuah perjanjian hubungan kerja antara *principle* yang memiliki wewenang dengan *agent* atau pihak yang diberi kewenangan untuk menjalankan perusahaan. Manajer (*agent*) memiliki kewajiban untuk memberikan informasi mengenai perusahaan kepada pemilik perusahaan (*principle*) karena manajer dianggap lebih memahami dan mengetahui keadaan perusahaan yang sebenarnya. Namun terkadang manajer tidak melaporkan keadaan perusahaan seperti apa yang sebenarnya. Hal ini bisa saja dilakukan untuk menguntungkan manajer dan menutupi kelemahan kinerja manajer.

Tindakan manajer yang seperti ini biasanya dilakukan karena adanya perbedaan kepentingan antara pemilik perusahaan dan manajer sehingga dapat menimbulkan berbagai masalah keagenan seperti pengeluaran yang berlebihan, keputusan investasi suboptimal dan asimetris informasi. Asimetris informasi terjadi ketika manajer memiliki lebih banyak informasi dibandingkan informasi yang dimiliki oleh pemilik perusahaan.

Menurut Samuelson (2011) asimetris informasi antara manajer dan pemilik perusahaan dapat disebabkan oleh dua faktor, yaitu:

1. *Adverse Selection*

Adverse selection mengungkapkan adanya perbedaan informasi yang dimiliki pihak *principle* dengan pihak *agent*. Perbedaan informasi yang dimiliki dapat menimbulkan kerugian pada salah satu pihak yang memiliki informasi lebih sedikit. Misalnya *agent* memanipulasi atau menyembunyikan informasi keadaan perusahaan kepada *principle*. Akibatnya *principle* merasa tidak yakin dengan keadaan perusahaan yang sesungguhnya jika dibandingkan antara informasi yang diberikan *agent* dengan keadaan perusahaan yang sebenarnya. Hal ini dapat mengakibatkan kerugian bagi *principle* dan perusahaan.

2. *Moral Hazard*

Moral hazard mengungkapkan adanya bentuk penyelewengan yang dilakukan oleh *agent* yang tidak sesuai dengan perjanjian atau kontrak yang disepakati antara *principle* dan *agent*. Hal ini bias disebabkan

karena adanya kegiatan *agent* yang tidak sesuai dengan harapan *principle* sehingga *agent* dapat melakukan manipulasi atau tindakan yang tidak sesuai dengan norma. *Moral hazard* biasanya dilakukan demi keuntungan pribadi bagi *agent*.

Perbedaan kepentingan antara *principle* dan *agent* dapat mempengaruhi berbagai hal yang berkaitan dengan kinerja perusahaan, salah satunya adalah kebijakan perusahaan mengenai pajak perusahaan. Sistem perpajakan di Indonesia yang menggunakan *self assessment system* memberikan wewenang kepada perusahaan untuk menghitung dan melaporkan pajaknya sendiri. Penggunaan sistem ini dapat memberikan kesempatan bagi *agent* untuk memanipulasi pendapatan kena pajak menjadi lebih rendah sehingga beban pajak yang ditanggung perusahaan semakin kecil. Hal ini dilakukan pihak *agent* karena adanya asimetris informasi dengan pihak *principle* sehingga *agent* dapat mengambil keuntungan tersendiri diluar kesepakatan kerjasama dengan *principle* karena adanya manajemen pajak yang dilakukan *agent*.

Terdapat beberapa cara untuk mengontrol tindakan *agent* terkait dengan kegiatan manajemen pajak yang dilakukan, yaitu dengan mengevaluasi hasil laporan keuangan perusahaan dengan menggunakan rasio keuangan dibandingkan dengan tindakan agresivitas pajak yang mungkin dilakukan *agent*. Rasio yang digunakan adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan *capital intensity* yang dibandingkan ETR perusahaan yang didapat dari beban pajak dibanding laba sebelum pajak. Sebuah perusahaan tergolong besar jika memiliki total aset yang

besar pula. Total aset perusahaan dapat bertambah atau meningkat seiring dengan besarnya laba yang dihasilkan perusahaan. Total aset juga terus bertambah mengikuti semakin besarnya liabilitas dan ekuitas perusahaan karena mengharuskan adanya keseimbangan antara aset dengan liabilitas dan ekuitas. Semakin besar laba yang dihasilkan berarti semakin besar pula pendapatan kena pajak dan semakin besar pajak yang seharusnya dibayarkan namun bisa saja *agent* melakukan manipulasi sehingga harus dibandingkan dengan besarnya ETR perusahaan.

2.1.4 Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah mekanisme suatu organisasi untuk mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasi dan aktivitasnya dengan *stakeholder*, yang melebihi tanggung jawab di bidang hukum (Anggraini, 2006). Siregar (2007) menyatakan bahwa konsep CSR dikenal sejak awal 1970, yang secara umum diartikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat, lingkungan serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan.

CSR adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (*stakeholder*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan (Nuryana, 2005). CSR dapat dikatakan sebagai hubungan timbal balik dari aktifitas operasi perusahaan terhadap masyarakat agar mendapatkan respon

yang baik dari masyarakat. CSR merupakan kontribusi perusahaan bagi masyarakat dalam usaha peningkatan kualitas kehidupan (Susilohadi,2008). Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa CSR merupakan kunci dalam keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan.

Ada banyak penafsiran mengenai definisi CSR. Secara umum, CSR dapat diartikan sebagai bagaimana perusahaan tidak hanya bertanggungjawab dengan *shareholder* namun juga bertanggungjawab kepada *stakeholder* dalam menciptakan nilai jangka panjang. Menurut Baker (2003) CSR adalah tentang bagaimana perusahaan mengelola bisnis untuk menghasilkan dampak positif kepada masyarakat. Sedangkan menurut Milton Friedman dalam Solihin (2009) CSR adalah menjalankan bisnis sesuai dengan keinginan pemilik perusahaan dengan menghasilkan keuntungan yang sebesar-besarnya tanpa melanggar aturan masyarakat yang diatur hukum dan peraturan perundang-undangan. Namun menurut Suharto (2008) dalam Sayidati (2011) CSR adalah operasi yang tidak semata berfokus pada keuntungan finansial, melainkan untuk pembangunan ekonomi berkelanjutan.

Secara garis besar, *The World Business Council fo Sustainable Development* (WBCSD) menjelaskan bahwa CSR komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan berkelanjutan dan meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal serta masyarakat luas. *World Bank* juga mengemukakan definisi CSR sebagai komitmen perusahaan untuk berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan karyawan

dan komunitas lokal serta masyarakat luas untuk meningkatkan kualitas hidup dengan cara yang baik bagi perusahaan dan baik bagi pembangunan.

Menurut Harsanti (2011) CSR merupakan gagasan yang membuat perusahaan tidak lagi menganut prinsip *single bottom line* yaitu perusahaan yang berfokus pada keuangan dan kewajiban kepada *shareholder*, namun harus memperhatikan kepentingan pihak lainnya. Oleh karena itu, CSR menganut prinsip *triple bottom line* (John Elkington, 1997) yang meliputi aspek ekonomi, lingkungan dan sosial. CSR juga dapat digunakan perusahaan agar unggul dari para pesaing jika dapat menerapkan CSR dengan baik. Jika perusahaan telah menerapkan CSR maka perusahaan pesaing terpaksa harus menerapkan CSR juga agar loyalitas konsumen tidak terancam dan berpihak pada perusahaan yang menerapkan CSR terlebih dahulu.

2.1.5 CSR Disclosure

Pentingnya CSR *disclosure* atau pengungkapan CSR membuat banyak peneliti untuk lebih dalam mempelajari keadaan ini. Pengungkapan CSR merupakan cara mengkomunikasikan dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas ekonomi perusahaan kepada kelompok khusus yang berkepentingan dan masyarakat secara umum (Mathews, 1995 dalam Sudana dan Arlindania, 2011). Gray *et al* (1987) dalam Octaviana (2014) mendefinisikan pengungkapan CSR sebagai proses pemberian informasi yang dirancang untuk melepaskan sosial akuntabilitas. Pengungkapan CSR melalui berbagai media dilakukan sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada *stakeholder*. Sebagian perusahaan bahkan yakin

mengomunikasikan program CSR sama pentingnya dengan kegiatan CSR tersebut. Dengan mengomunikasikan CSR diharapkan semakin banyak masyarakat yang tahu mengenai kegiatan sosial perusahaan dan akan menurunkan resiko gejolak sosial. Jadi, melaporkan CSR kepada publik akan meningkatkan nilai *social hedging* perusahaan (Harmoni dan Andriyani, 2008).

Di Indonesia sendiri, program CSR mulai bermunculan seiring dengan 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 kewajaran.
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 diatas dapat disimpulkan bahwa pemerintah Indonesia juga mendukung adanya program CSR yang dilakukan perusahaan. CSR akan lebih berdampak positif jika ada andil dari pihak luar, dalam hal ini pemerintah. Studi Bank Dunia menunjukkan peran pemerintah yang terkait dengan 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 masukan 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 (Howard Fox, 2002 dalam Pradnyadari, 2015).

Pengukuran CSR di Indonesia belum terdapat standar khusus, tetapi menurut Sembiring (2005) pengungkapan CSR dilakukan dengan metode *checklist* berdasarkan tujuh kriteria. Kriteria ini diadopsi dari penelitian Hackson dan Milne (1996), dimana terdapat 90 item pengukuran CSR namun menurut BAPEPAM hanya 78 item yang sesuai dengan kondisi di Indonesia. Metode lain

yang dapat digunakan adalah konsep dari GRI (*Global Reporting Initiative*) atau pengukuran yang dianggap *sustainable* karena merupakan pengukuran yang umum digunakan di dunia.

2.1.6 Ukuran Perusahaan (*Size*)

Ukuran perusahaan merupakan salah satu karakteristik perusahaan yang sangat penting. Ukuran perusahaan merupakan suatu pengukuran yang dikelompokkan berdasarkan besar kecilnya perusahaan dan dapat menggambarkan aktivitas serta pendapatan perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar usaha yang dilakukan perusahaan untuk menarik perhatian masyarakat. Oyelere, Wang dan Song (2011) menjelaskan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin disorot oleh *stakeholder*. Dengan demikian, perusahaan harus bekerja lebih keras untuk memperoleh legitimasi dari *stakeholder* sebagai langkah penyelarasan aktivitas perusahaan dengan nilai dan norma yang berlaku di masyarakat.

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. Semakin besar perusahaan cenderung mempunyai manajemen dan sumber dana yang dimiliki untuk melakukan *tax planning* yang baik, namun perusahaan tidak selalu dapat menggunakan sumber daya yang dimilikinya untuk melakukan *tax planning* dikarenakan ada kemungkinan menjadi sasaran dari keputusan dan kebijakan pemerintah (Ardyansyah, 2014).

Hubungan antara ukuran perusahaan dengan CSR dapat dilihat dari pernyataan Cho *et al* (2010) dalam Octaviana (2014) yang mengatakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan akan mengungkapkan CSR dengan baik. Semakin baik pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan maka perusahaan akan mendapat *image* positif dari masyarakat dan lingkungan dan dianggap sebagai perusahaan yang baik.

2.1.7 Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Menurut Sudarmadji dan Sularto (2007) profitabilitas merupakan indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan dengan laba yang dihasilkan. Laba dijadikan indikator oleh *stakeholder* untuk menilai sejauh mana kinerja manajemen mengelola perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat profitabilitas tinggi dapat menarik investor untuk menanamkan modal karena manajemen perusahaan dianggap berhasil menjalankan operasional perusahaan. Sebaliknya jika perusahaan memiliki tingkat profitabilitas rendah maka investor cenderung tidak tertarik menanamkan modalnya (Sudana dan Arlindania, 2011 dalam Yoehana 2013).

Menurut Rodriguez dan Arias (2012) profitabilitas merupakan faktor penentu beban pajak, karena perusahaan dengan laba yang lebih besar akan membayar pajak yang lebih besar pula. Sebaliknya, perusahaan dengan tingkat laba yang rendah maka akan membayar pajak yang lebih rendah atau bahkan tidak membayar pajak jika mengalami kerugian. Dengan sistem kompensasi pajak,

kerugian dapat mengurangi besarnya pajak yang harus ditanggung pada tahun berikutnya.

Salah satu rasio profitabilitas adalah *Return On Asset* (ROA). Dalam analisis laporan keuangan, ROA dianggap dapat menunjukkan keberhasilan perusahaan menghasilkan keuntungan. ROA dapat mengukur keuntungan perusahaan dari aktivitas masa lalu dan diproyeksikan ke masa depan. Aset yang dihitung adalah keseluruhan aset yang diperoleh dari modal pribadi maupun modal asing yang telah diubah menjadi aset perusahaan dan digunakan untuk aktivitas operasi perusahaan (Pradnyadari, 2015). 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 ini menggunakan proksi ROA untuk mengukur profitabilitas karena ROA dapat menunjukkan kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan dari penggunaan asset perusahaan. Semakin tinggi rasio ROA, maka semakin tinggi profitabilitas dalam perusahaan. Kenaikan ROA mengakibatkan kenaikan ETR sehingga ROA berpengaruh positif terhadap ETR. Akan tetapi seiring perkembangan jaman dan perubahan kebijakan perpajakan, hubungan ROA dan ETR menjadi negative (Gupta dan Newberry, 1997).

2.1.8 Leverage

Riyanto (2001) mendefinisikan *leverage* sebagai penggunaan aset atau dana yang penggunaannya memiliki kewajiban untuk membayar biaya tetap. *Leverage* timbul apabila perusahaan membiayai aset dengan dana pinjaman yang memiliki beban bunga. Tingkat leverage dapat menggambarkan resiko keuangan perusahaan. Menurut Yulfaida (2012) *leverage* merupakan jumlah utang yang dimiliki perusahaan untuk pembiayaan dan dapat mengukur besarnya aktiva yang dibiayai utang. Perusahaan dengan *leverage* yang tinggi mengindikasikan perusahaan tersebut bergantung pada pinjaman luar atau utang, sedangkan perusahaan dengan *leverage* rendah dapat membiayai asetnya dengan modal sendiri.

Socio dan Nigro (2012) dalam Ardyansyah (2014) menyebutkan karakteristik tingkat perusahaan dan hubungan dengan leverage bervariasi sesuai dengan pandangan yang berbeda dari teori keuangan, yaitu :

1. *The tread-off theory*

Teori ini menyatakan bahwa perusahaan akan memilih leverage yang optimal setelah membandingkan keuntungan dan kerugian yang akan diperoleh dengan dana pinjaman.

2. *The pecking order theory*

Teori ini menyebutkan bahwa tidak ada nilai optimal bagi *leverage*.

Biasanya perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan menjelaskan informasi secara detail dalam laporan keuangan sebagai cara untuk menghindari *monitoring cost* oleh investor dibandingkan perusahaan dengan tingkat *leverage* rendah (Ardyansyah, 2014)

Besar kecilnya *leverage* pada perusahaan dapat mempengaruhi besar kecilnya pajak yang dibayarkan perusahaan. Hal ini dikarenakan biaya bunga dari utang dapat dikurangkan dalam menghitung pajak sehingga beban pajak menjadi lebih kecil. Keadaan diatas sesuai dengan penelitian Richardson dan Lanis (2007) dan Noor (2010) yang menyatakan bahwa biaya bunga dapat mengurangi besarnya beban pajak, sehingga semakin tinggi tingkat *leverage* akan menyebabkan *Effective Tax Rate* (ETR) menjadi lebih kecil.

2.1.9 Capital Intensity

Capital intensity atau rasio intensitas modal adalah aktivitas investasi perusahaan yang dikaitkan dengan investasi aset tetap dan persediaan. Rasio intensitas modal dapat menunjukkan efisiensi penggunaan aktiva untuk menghasilkan penjualan (Yoehana,2013). *Capital intensity* juga dapat

didefinisikan dengan bagaimana perusahaan berkorban mengeluarkan dana untuk aktivitas operasi dan pendanaan aktiva guna memperoleh keuntungan perusahaan.

Mosebach dan Ellen (2007) dalam Yoehana (2013) menyatakan bahwa ada tiga intensitas untuk mengukur komposisi aktiva, yaitu intensitas persediaan, intensitas modal, dan intensitas penelitian dan pengembangan. Intensitas modal memiliki hubungan yang negative dengan ETR (Richardson dan Lanis, 2007). Menurut Hanum (2013) biaya depresiasi dapat dikurangkan dari penghasilan dalam menghitung pajak, maka semakin besar aset tetap yang dimiliki perusahaan mengakibatkan depresiasi yang besar juga sehingga mengakibatkan jumlah penghasilan kena pajak dan ETR nya berkurang.

2.1.10 Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak merupakan isu yang kini cukup fenomenal di kalangan masyarakat. Agresivitas pajak terjadi hampir di semua perusahaan-perusahaan besar maupun kecil di seluruh dunia. Tindakan agresivitas pajak ini dilakukan dengan tujuan meminimalkan besarnya biaya pajak dari biaya pajak yang telah diperkirakan, atau dapat disimpulkan dengan usaha untuk mengurangi biaya pajak.

Menurut Hlaing (2012) agresivitas pajak didefinisikan sebagai kegiatan perencanaan pajak semua perusahaan yang terlibat dalam usaha mengurangi tingkat pajak yang efektif. Sementara Hanlon dan Heitzman (2010) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai tingkat yang paling akhir dari spectrum serangkaian perilaku perencanaan pajak. Zuber (2007) dalam Yoehana (2013) menyatakan :

“Between tax avoidance and tax evasion, there exist potential gray area of aggressiveness. This gray are exists because there are tax shelters beyond what is specifically allowed by the tax low 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 transaction. Therefore, aggressive transactions and decision-makin may potentially become either tax avoidance or tax evasion issues.”

Dari kutipan diatas dapat disimpulkan bahwa tindakan pajak agresif atau keputusan agresivitas pajak secara potensial dapat menjadi masalah penghindaran pajak maupun masalah penggelapan pajak.

Agresivitas pajak dapat diukur dengan berbagai cara. Menurut Sari dan Martani (2010) agresivitas pajak dapat diukur dengan menggunakan *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). Lanis dan Richardson (2012) menggunakan ETR untuk mengukur agresivitas pajak dengan alasan beberapa penelitian sebelumnya banyak menggunakan ETR untuk mengukur agresivitas pajak. Semakin rendah nilai ETR mengindikasikan adanya agresivitas pajak dalam perusahaan. ETR yang rendah menunjukkan beban pajak penghasilan yang lebih kecil dari pendapatan sebelum pajak.

Sebuah perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas pajak bias dianggap sebagai perusahaan yang tidak peduli terhadap keadaan sosial di sekitarnya. Avi-Yonan (2008) mengungkapkan tujuan meminimalkan jumlah pajak yang dibayar perusahaan menjadi dimengerti dan akan memperlihatkan beberapa etika, komunitas atau pemangku kepentingan lainnya dalam perusahaan. Jimenez (2008) menemukan bukti empiris batu yang 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 spesifik yang mencakup transaksi yang tujuan utamanya adalah menurunkan kewajiban pajak perusahaan. Beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan memerlukan perencanaan yang baik, oleh karena itu diperlukan perencanaan yang baik dan sesuai dengan ketentuan untuk mendorong perusahaan agar dapat bersaing dengan perusahaan yang lain (Hidayat dan Junaedi, 2007).

Setiap perusahaan yang melakukan agresivitas pajak sudah semestinya mendapatkan sanksi karena tindakan yang mereka lakukan sangat merugikan masyarakat luas. Dalam Undang-Undang Perpajakan Indonesia dikenal dua macam sanksi, yakni sanksi administrasi dan sanksi pidana. Aris Aviantara & *associates* (2010) dalam Pradnyadari (2015) 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 dasarnya, pengesahan kebijakan, pembuatan peraturan dan pengenaan sanksi bertujuan untuk menciptakan kepatuhan wajib pajak untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya. Oleh karena itu, penting juga bagi wajib pajak untuk mengetahui sanksi perpajakan yang diberlakukan sehingga mengetahui konsekuensi apa yang akan diterima jika tidak melaksanakan kewajiban perpajakannya.

2.1.11 Peraturan Perpajakan di Indonesia

Pajak merupakan iuran wajib yang dibayarkan oleh rakyat kepada negara sebagai bagian dari sumbangsih mereka dalam pembangunan nasional yang hasilnya juga akan dirasakan untuk kepentingan bersama. Dijelaskan dalam UU

No. 28 tahun 2007, pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Perusahaan merupakan salah satu wajib pajak penyumbang terbesar dalam penerimaan negara dalam sektor pajak. Menurut UU No.28 tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (KUP) pasal 1 angka 3, menjelaskan bahwa badan adalah sekumpulan orang atau modal yang merupakan kesatuan baik yang melakukan usaha maupun yang tidak melakukan usaha yang meliputi perseroan terbatas, perseroan komanditer, perseroan lainnya, BUMN atau BUMD dengan nama dan dalam bentuk apapun, firma, kongsi koperasi, dana pension, persekutuan, perkumpulan, yayasan, organisasi massa, organisasi politik, atau organisasi lainnya, lembaga dan bentuk badan lainnya, termasuk kontrak investasi kolektif dan bentuk usaha tetap. UU No 28 tahun 2007 merupakan perubahan UU No 16 tahun 2000, UU No 9 tahun 1994 dan UU No 6 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.

Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) revisi tahun 2010 menyatakan bahwa Pajak penghasilan mengatur bagaimana entitas menyajikan dan mengungkapkan kewajiban pajak penghasilan entitas. Revisi tahun 2010 disesuaikan dengan *International Accounting Standart 21* mengenai *income tax*. Ketentuan dalam PSAK secara umum mengenai sesuai dengan praktik perpajakan secara internasional.

UU No. 36 tahun 2008 merupakan pembaharuan dari UU No. 17 tahun 2000, UU No. 10 tahun 1994, UU No. 7 tahun 1991 dan UU No.7 tahun 1983 mengenai pajak penghasilan. Yang menjadi dasar pengenaan pajak penghasilan badan adalah laba bersih sebelum pajak setelah dikurangi penghasilan tidak kena pajak (PTKP).

Kewajiban wajib pajak badan dalam perpajakan antara lain :

1. Kewajiban untuk memiliki nomor pokok wajib pajak (NPWP) dan apabila wajib pajak badan melakukan kegiatan penyerahan barang kena pajak dan atau jasa kena pajak dan ekspor barang kena pajak yang terutang, maka wajib pajak badan tersebut dapat dikukuhkan sebagai pengusaha kena pajak (PKP).

Pasal 2 ayat 4 UU No. 28 tahun 2007 menyatakan bahwa Direktorat Jenderal Pajak menerbitkan NPWP dan/atau mengukuhkan PKP secara jabatan apabila wajib pajak atau PKP tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dan/atau 2.

2. Kewajiban untuk menyelenggarakan pembukuan sebagaimana yang terdapat pada pasal 28 ayat 1 UU No. 28 tahun 2007, yaitu wajib pajak orang pribadi yang melakukan kegiatan usaha atau pekerjaan bebas dan wajib pajak badan Indonesia, wajib menyelenggarakan pembukuan.
3. Kewajiban melakukan pemotongan dan pemungutan, diantaranya :
 - a. Kewajiban pajak sendiri (PPh Pasal 25/29)
 - b. Kewajiban memotong atau memungut pajak atas penghasilan orang lain (PPh Pasal 21/26, PPh Pasal 22, PPh Pasal 23/26, dan PPh Final)

- c. Kewajiban memungut Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan atau Pajak Pertambahan Nilai Barang Mewah (PPn BM) yang khusus bagi PKP
- d. Kewajiban menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT)
- e. Kewajiban membayar dan menyetorkan pajak
- f. Kewajiban membuat faktur pajak

2.2 Penelitian terdahulu

Penelitian mengenai CSR, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, *capital intensity* ataupun agresivitas pajak telah banyak dilakukan oleh beberapa peneliti. Namun masih jarang yang mengaitkan antara CSR, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan *capital intensity* dengan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan.

Beberapa penelitian telah dilakukan oleh peneliti, seperti Lanis dan Richardson (2007) yang berjudul “*Determinants of Variability In Corporate Effective Tax Rates and Tax Reform : Evidence From Australia*”. Penelitian ini meneliti mengenai faktor-faktor penentu *effective tax rate* dengan menggunakan variabel independen ukuran perusahaan, struktur modal dan *asset mix*, serta variabel dependen *effective tax rate*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ETR berhubungan dengan beberapa karakteristik perusahaan, seperti ukuran perusahaan, *leverage*, dan komposisi aktiva.

Penelitian mengenai agresivitas pajak telah diteliti oleh Roman Lanis dan Grant Richardson (2012) yang berjudul “*Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis*”. Penelitian tersebut membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan maka semakin

rendah tingkat agresivitas pajak yang dilakukan. Penelitian yang dilakukan Richardson dan Lanis menggunakan sampel perusahaan publik di Australia selama periode 2008-2009 dengan menggunakan analisis regresi tobit. Variabel independen dalam penelitian ini adalah CSR yang diukur dengan menggunakan *CSR disclosure* 52 item sesuai ketentuan yang berlaku di Australia. Sementara variabel independen dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak yang diukur dengan dua jenis ETR. Penelitian ini menggunakan beberapa variabel kontrol antara lain proporsi anggota dewan direksi independen, *trouble*, umur perusahaan, struktur kepemilikan saham manajemen, *CEO tenure*, *CEO duality*, kepemilikan saham minoritas, ukuran perusahaan, *leverage*, *capital intensity*, *inventory intensity*, *research and development intensity*, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas dan ukuran perusahaan.

Penelitian juga dilakukan oleh Rodriguez dan Arias pada tahun 2012 dengan judul “*Do Business Characteristics Determine an Effective Tax Rate?*”. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis komparatif beban pajak perusahaan di China dan Amerika Serikat. Variabel independen yang digunakan adalah ukuran perusahaan, struktur modal, tingkat persediaan, aset campuran, profitabilitas dan lokasi penelitian, sedangkan variabel dependennya menggunakan ETR sebagai proksi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan di China memiliki ETR yang lebih rendah dibanding perusahaan di Amerika Serikat. Hal ini dikarenakan perbedaan kebijakan perpajakan di masing-masing negara.

Alfiyani Nur Hidayati dan Herry laksito pada tahun 2013 juga meneliti mengenai agresivitas pajak dengan judul “Pengaruh antara Kepemilikan Keluarga

dan *Corporate Governance Terhadap Tindakan Pajak Agresif*'. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah tindakan pajak agresif yang diukur dengan menggunakan 5 proksi, yaitu ETR, *Cash Effective Tax Rate* (CETR), *Book-tax Difference* Manzon-Plesko (BTD_MP), *Book-tax Difference* Desai-Dharmapala (BTD_DD) dan *tax planning* (TAXPLAN). Sedangkan variabel independen penelitian ini adalah kepemilikan keluarga dan *corporate governance*. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2008-2011. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kepemilikan keluarga tidak berpengaruh pada tindakan pajak agresif, sedangkan *corporate governance* memiliki dampak signifikan terhadap tindakan pajak agresif yang diukur dengan CETR.

Penelitian kembali dilakukan oleh Roman Lanis dan Grant Richardson pada tahun 2013 mengenai kaitan antara CSR dan agresivitas pajak. Penelitian ini berjudul "*Corporate Social Responsibility and tax Aggressiveness: A Test of Legitimacy Theory*". Penelitian ini menggunakan sampel 40 perusahaan agresif pajak dan non-agresif pajak di Australia. Variabel dependen dalam penelitian ini CSR dan variabel independen adalah agresivitas pajak. Hubungan kedua variabel dianalisis dengan regresi *ordinary least square* (OLS). Hasil dari penelitian ini menunjukkan hubungan positif dan signifikan antara agresivitas pajak perusahaan dan pengungkapan CSR yang sesuai dengan teori legitimasi dalam hal agresivitas pajak.

Maretta Yoehana pada tahun 2013 juga meneliti mengenai agresivitas pajak dengan judul "*Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap*

Agresivitas Pajak”. Variabel independen dalam penelitian ini adalah CSR , sedangkan variabel dependennya adalah agresivitas pajak yang diukur dengan dua proksi yaitu ETR dan BTD. Sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2011. Data penelitian dianalisis dengan menggunakan model analisis regresi ordinary least square. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan maka semakin rendah tingkat agresivitas pajak perusahaan.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Danis Ardyansyah pada tahun 2014 yang berjudul “Pengaruh *Size, Leverage, Profitability, Capital Intensity Ratio* dan Komisaris Independen Terhadap *Effective Tax Rate (ETR)*”. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *size, leverage, profitability, capital intensity ratio* dan komisaris independen, sedangkan variabel dependennya adalah ETR. Sampel perusahaan ini menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2012. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *size* dan komisaris independe berpengaruh signifikan terhadap ETR. Sedangkan *leverage, profitability* dan *capital intensity ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap ETR.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh I Dewa Ayu Intan Pradnyadari tahun 2015 yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak”. Variabel independen dalam penelitian ini adalah CSR dan profitabilitas, sedangkan variabel dependennya adalah agresivitas pajak yang diproksikan dengan ETR serta menggunakan tiga variabel kontrol yaitu

leverage, capital intensity dan *inventory intensity*. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2013. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR dan profitabilitas berpengaruh signifikan dengan arah negatif terhadap agresivitas pajak.

Tabel 2.1

Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Identifikasi Variabel	Hasil Penelitian
1.	<i>Determinants of Variability In Corporate Effective Tax Rates and Tax Reform : Evidence From Australia</i>	Roman Lanis dan Grant Richardson (2007)	Variabel Dependen: ETR Variabel Independen: Ukuran perusahaan, struktur modal dan <i>asset mix</i>	ETR berhubungan dengan beberapa karakteristik perusahaan, seperti ukuran perusahaan, <i>leverage</i> dan komposisi aktiva
2.	<i>Corporate Social Responsibility and Tax Aggresiveness: 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.
3.	<i>Do Business Characteristics Determine an Effective Tax Rate?</i>	Rodriguez dan Arias (2012)	Variabel Dependen: ETR Variabel Independen: Ukuran perusahaan, struktur modal, tingkat persediaan, aset campuran, profitabilitas dan lokasi perusahaan	Menemukan hubungan yang signifikan antara ukuran perusahaan, struktur modal, tingkat persediaan, aset campuran, profitabilitas dan lokasi perusahaan dengan ETR
4.	Pengaruh antara Kepemilikan Keluarga dan <i>Corporate</i>	Alfiyani Nur Hidayanti dan Herry Laksito (2013)	Variabel Dependen: agresivitas pajak (<i>effective tax rate, cash effective tax</i>)	Menunjukkan bahwa kepemilikan keluarga tidak berpengaruh

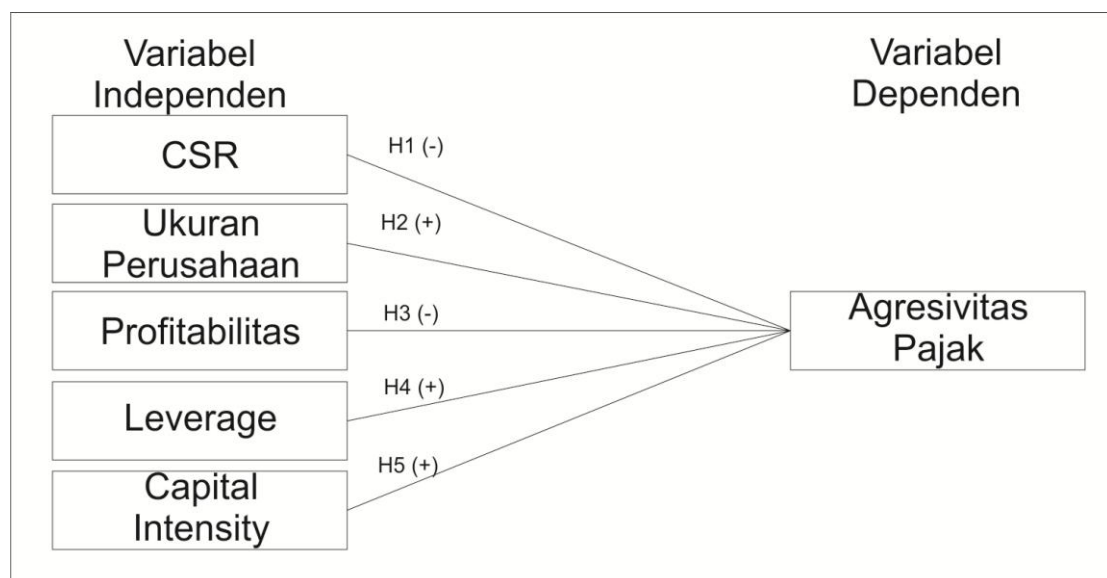
	<i>Governance Terhadap Tindakan Pajak Agresif.</i>		<p><i>rate, book-tax difference</i> Manzon-Plesko, <i>book-tax difference</i> Desai-Dharmapala dan <i>tax planning</i>).</p> <p>Variabel Independen: kepemilikan keluarga dan <i>corporate governance</i>.</p> <p>Menggunakan analisis regresi.</p>	signifikan terhadap tindakan pajak agresif. Sementara tata kelola perusahaan (<i>corporate governance</i>) memiliki dampak yang signifikan terhadap tindakan pajak agresif.
5.	<i>Corporate Social Responsibility and tax Aggressiveness: A Test of Legitimacy Theory</i>	Roman Lanis dan Grant Richardson (2013)	<p>Variabel Dependen: CSR.</p> <p>Variabel Independen: agresivitas pajak.</p> <p>Menggunakan analisis regresi OLS.</p>	Hasil empiris secara konsisten menunjukkan hubungan positif dan signifikansi statistik antara agresivitas pajak dan pengungkapan CSR, itu membenarkan teori legitimasi dalam konteks agresivitas pajak.
6.	Analisis Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Agresivitas Pajak	Maretta Yoehana (2013)	<p>Variabel Dependen: CSR.</p> <p>Variabel Independen: agresivitas pajak.</p> <p>Menggunakan analisis regresi berganda.</p>	Hasil penelitian membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR maka semakin rendah agresivitas yang dilakukan perusahaan.
7.	Pengaruh <i>Size, Leverage, Profitability, Capital Intensity Ratio</i> dan Komisaris Independen Terhadap <i>Effective Tax Rate (ETR)</i>	Wahyu Ardyansyah (2014)	<p>Variabel Dependen: <i>Effective Tax Rate (ETR)</i></p> <p>Variabel Independen: <i>Size, Leverage, Profitability, Capital Intensity Ratio</i> dan Komisaris Independen</p> <p>Menggunakan</p>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>size</i> dan komisaris independe berpengaruh signifikan terhadap ETR. Sedangkan <i>leverage, profitability</i> dan <i>capital intensity</i>

			analisis regresi linear berganda.	<i>ratio</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap ETR.
8	Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak	I Dewa Ayu Intan Pradnyadari (2015)	Variabel Dependen: Agresivitas Pajak Variable Independen: Corporate Social Responsibility Variabel Kontrol : Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , <i>Capital Intensity</i> , <i>Inventory Intensity</i> Menggunakan analisis regresi linear berganda	

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori dan beberapa penelitian terdahulu, penelitian ini menguji pengaruh pengungkapan CSR, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan *capital intensity* terhadap agresivitas pajak perusahaan. Penelitian ini menggunakan variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen yang digunakan adalah agresivitas pajak perusahaan yang diukur dengan dua jenis proksi ETR, sedangkan variabel independen yang digunakan adalah CSR, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan *capital intensity*. Keterkaitan antar variabel dinyatakan dalam kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak

Perusahaan merupakan salah satu wajib pajak yang memiliki kewajiban untuk membayar pajak kepada negara tempat perusahaan tersebut beroperasi. Dengan membayar pajak, perusahaan telah berkontribusi dalam mewujudkan pembangunan nasional guna kesejahteraan masyarakat luas. Harari, *et.al* (2012) dalam Yoehana (2013) menyatakan bahwa masyarakat memandang pajak sebagai dividen yang dibayarkan perusahaan kepada masyarakat sebagai imbal jasa penggunaan sumber daya yang ada. Oleh karena itu, apabila perusahaan menghindari kewajiban perpajakannya, meskipun tidak melanggar hukum, tindakan tersebut dirasa tidak adil bagi masyarakat dan hanya akan merugikan

masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan tersebut beroperasi dan seharusnya dikenakan sanksi atau hukuman. Sesuai dengan teori legitimasi, perusahaan sebaiknya meyakinkan masyarakat bahwa kegiatan yang dilakukan sesuai dengan norma dan nilai masyarakat sehingga kegiatan yang dilakukan dapat diterima oleh masyarakat. Salah satunya dapat ditunjukkan dengan ketaatan membayar pajak sesuai dengan ketentuan dan tariff yang berlaku tanpa melakukan tindakan agresivitas pajak yang dapat merugikan banyak pihak. Dengan membayar pajak sesuai dengan ketentuan dan tariff yang berlaku, berarti perusahaan telah berusaha membina hubungan yang baik dengan pemerintah sebagai pengumpul pajak.

Hal diatas didukung dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan dalam kegiatan operasinya harus mempertimbangkan kepentingan semua pihak yang sekiranya akan terkena dampak dari kegiatan operasi perusahaan. Selain tanggung jawab perusahaan kepada *shareholder*, perusahaan juga harus memperhatikan kepentingan masyarakat, pemerintah, konsumen, *supplier*, analis dan lain sebagainya. Salah satu wujud perhatian perusahaan kepada *stakeholder* adalah dengan taat membayar pajak kepada pemerintah tanpa melakukan tindakan agresivitas pajak. Dengan membayar pajak tanpa melakukan tindakan agresivitas pajak, perusahaan telah turut serta dalam mensejahterakan kehidupan rakyat. Hal ini juga dapat dianggap sebagai wujud perhatian perusahaan kepada masyarakat.

Selain melalui pembayaran pajak yang baik dan benar, tanpa melakukan agresivitas pajak, sebagai wujud perhatian perusahaan terhadap masyarakat dapat dilakukan melalui kegiatan CSR. CSR juga dapat dikatakan sebagai salah satu

bentuk hubungan komunikasi perusahaan dengan masyarakat. Hubungan ini bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat agar perusahaan memiliki *image* positif dari masyarakat. Kegiatan ini sesuai dengan teori legitimasi yang menuntut perusahaan juga memperhatikan masyarakat disamping mendapatkan keuntungan.

Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa sebuah perusahaan yang melakukan tindakan pajak agresif maka dapat disebut sebagai perusahaan yang tidak bertanggungjawab secara sosial. Keputusan perusahaan untuk mengurangi kewajiban perpajakannya dapat dipengaruhi atau berkaitan dengan sikap perusahaan terhadap CSR, sebagai pertimbangan legalitas dan etika yang lebih mendasar. Namun menurut William (2007) dalam Lanis dan Richardson (2012) menyatakan sulit untuk membedakan CSR yang dilakukan untuk motif altruistic dengan CSR yang dilakukan untuk tujuan keuntungan perusahaan. Oleh karena itu penting untuk mempertimbangkan bagaimana CSR dapat mempengaruhi agresivitas pajak tanpa membedakan antara tindakan tersebut dilakukan sebagai wujud tanggung jawab atau sebagai tindakan dengan tujuan tertentu.

Penelitian yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson (2012) telah menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan maka perusahaan semakin menghindari adanya tindakan agresivitas pajak. Karena perusahaan yang mengungkapkan CSR berusaha untuk membangun hubungan yang baik dengan *stakeholder*, baik melalui kegiatan CSR maupun dengan membayar pajak sesuai dengan kewajibannya. Oleh karena itu, hipotesis penelitian ini adalah :

H₁ : CSR berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak

2.4.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak

Ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai suatu skala dimana perusahaan diklasifikasikan besar atau kecil dari berbagai sudut pandang, salah satunya dinilai dari besar kecilnya aset yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan dapat menentukan besar kecilnya aset yang dimiliki perusahaan tersebut, semakin besar aset yang dimiliki diharapkan semakin meningkatkan produktifitas perusahaan. Peningkatan produktifitas akan menghasilkan laba yang semakin besar dan tentunya mempengaruhi besarnya pajak yang harus dibayar perusahaan.

Perusahaan memiliki kesempatan yang cukup besar untuk perencanaan pajak yang baik dengan mempraktikkan akuntansi yang efektif untuk menurunkan ETR perusahaan (Rodriguez dan Arias, 2012). Aset yang dimiliki perusahaan berhubungan dengan ukuran perusahaan, semakin besar aset yang dimiliki maka semakin besar pula perusahaan tersebut. Namun setiap tahunnya aset akan mengalami penyusutan yang dapat mengurangi laba bersih yang diterima perusahaan sehingga besarnya beban pajak juga akan berkurang seiring dengan penyusutan tersebut. Lanis dan Richardson (2007) dalam Ardyansyah (2014) menyebutkan bahwa semakin besar sebuah perusahaan maka akan semakin rendah ETR yang dimiliki perusahaan tersebut.

Berdasarkan penjelasan dan teori dari penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka semakin kecil ETR, dapat diambil kesimpulan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka perusahaan dapat melakukan tindakan agresivitas pajak karena semakin kecil ETR disebabkan oleh kecilnya beban pajak yang dibayarkan dibandingkan laba

sebelum pajak yang diperoleh perusahaan. Agresivitas pajak dapat terjadi karena perusahaan yang besar memiliki ruang yang lebih besar untuk perencanaan pajak dengan tujuan menurunkan ETR, sesuai dengan penelitian Rodriguez dan Arias (2012). Dari penjelasan tersebut maka dalam penelitian ini diajukan hipotesis sebagai berikut:

H₂ : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak

2.4.3 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari kegiatan yang dilakukan perusahaan. Rodriguez dan Arias (2012) menyebutkan bahwa hubungan antara profitabilitas dan ETR bersifat langsung dan signifikan. Pendapatan yang diperoleh perusahaan cenderung berbanding lurus dengan pajak yang dibayarkan, sehingga semakin besar keuntungan yang diperoleh perusahaan maka semakin tinggi juga beban pajak yang harus ditanggung perusahaan.

Perusahaan yang memiliki keuntungan yang besar cenderung dianggap berhasil dalam pengelolaan manajemennya dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pemilik perusahaan. Perusahaan yang memiliki kemampuan untuk menghasilkan keuntungan yang besar juga harus siap dengan pajak yang harus dibayarkan sesuai dengan kewajibannya. Sesuai dengan penelitian Rodriguez dan Arias (2012) yang menyebutkan bahwa ada hubungan positif antara profitabilitas dengan ETR.

Setiap perusahaan berkeinginan untuk memaksimalkan laba yang diperoleh. Namun perusahaan juga berkewajiban dalam pembayaran pajak. Sesuai dengan teori sebelumnya yang menyebutkan bahwa semakin besar profitabilitas maka semakin besar juga ETR maka dapat diambil kesimpulan bahwa semakin besar profitabilitas yang diperoleh perusahaan maka perusahaan akan mengurangi tindakan agresivitas pajak karena perusahaan yang memiliki profitabilitas besar akan terlihat dalam laporan keuangan dan tentunya memiliki beban pajak yang lebih besar yang harus dibayarkan. Berdasarkan uraian di atas maka dalam penelitian ini diajukan hipotesis sebagai berikut:

H₃ : Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak

2.4.4 Pengaruh *Leverage* Terhadap Agresivitas Pajak

Rasio *leverage* menggambarkan keadaan perusahaan dalam pemenuhan kewajiban jangka panjangnya. Sistem pendanaan dalam perusahaan dapat menimbulkan konflik antara principal dan agen. Ada kemungkinan principal tidak menyetujui penambahan pendanaan untuk kegiatan perusahaan, sehingga pihak agen memerlukan pendanaan lain untuk menutup kekurangan dana tersebut. Salah satu caranya adalah dengan melakukan pinjaman atau utang.

Liu dan Cao (2007) dalam Ardyansyah (2014) menyebutkan bahwa perusahaan dengan jumlah utang yang lebih banyak akan memiliki ETR yang lebih rendah. Hal ini dikarenakan biaya bunga dapat mengurangi pendapatan perusahaan sebelum pajak, dan tentunya akan mengurangi besarnya pajak yang harus dibayar. Lanis dan Richardson (2007) juga menyebutkan hubungan yang negative antara *leverage* dan ETR. Namun keadaan ini dapat dimanfaatkan

perusahaan untuk memanipulasi besarnya biaya bunga agar laba yang diperoleh semakin kecil dan beban pajak yang ditanggung semakin kecil pula. Dari pernyataan di atas, penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₄ : *Leverage* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak

2.4.5 Pengaruh Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak

Capital intensity sering dikaitkan dengan seberapa besar aset tetap dan persediaan yang dimiliki perusahaan. Menurut Rodriguez dan Arias (2012), aset tetap perusahaan dapat menyebabkan berkurangnya beban pajak yang harus dibayarkan dengan adanya depresiasi aset tetap. Hal ini membuktikan bahwa perusahaan dengan aset tetap yang lebih besar memiliki kemungkinan untuk membayar pajak yang lebih rendah dibanding perusahaan dengan aset tetap yang lebih sedikit.

Liu dan Cao (2007) menyebutkan bahwa dengan adanya metode penyusutan yang sesuai hukum, maka biaya depresiasi dapat dikurangkan dari laba sebelum pajak. Dengan demikian semakin besar aset tetap dan biaya penyusutan, perusahaan akan memiliki ETR yang lebih rendah. Begitu pula Sabli dan Noor (2012) dalam Ardyansyah (2014) yang menyebutkan bahwa perusahaan dengan aset tetap yang besar cenderung melakukan perencanaan pajak sehingga mempunyai ETR yang rendah.

Capital intensity berkaitan dengan besarnya aset tetap yang dimiliki. Aset tetap memiliki umur ekonomis yang akan menimbulkan beban penyusutan setiap tahunnya. Beban penyusutan ini akan mengurangi laba sehingga beban pajak yang dibayarkan juga berkurang. Perusahaan yang memiliki aset tetap yang besar

cenderung akan melakukan perencanaan pajak sehingga menghasilkan ETR yang lebih kecil. Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H5 : *Capital intensity* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.1.1 Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak. Agresivitas pajak adalah upaya perusahaan untuk meminimalkan beban pajak yang harus dibayar dengan cara yang legal, cara ilegal atau keduanya. Agresivitas pajak diukur dengan menggunakan proksi *effective tax rate* (ETR). ETR merupakan proksi yang banyak digunakan pada penelitian-penelitian sebelumnya. Lanis dan Richardson (2012) menyebutkan ada dua jenis ETR yang dapat digunakan sebagai proksi, atau disebut ETR₁ dan ETR₂, yang dihitung dengan cara:

$$ETR_1 = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Laba Bersih Sebelum Pajak}}$$

$$ETR_2 = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Arus Kas Operasi}}$$

ETR₁ menggambarkan presentase total beban pajak penghasilan yang dibayarkan perusahaan dari keseluruhan laba bersih sebelum pajak yang diperoleh perusahaan. Sedangkan ETR₂ menggambarkan seberapa besar total beban pajak yang dibayarkan perusahaan dibandingkan dengan total arus kas dari aktivitas operasi perusahaan. Lanis dan Richardson (2012) menyebutkan bahwa ETR yang rendah menunjukkan adanya agresivitas pajak.

3.1.2 Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang menjadi sebab terjadinya atau yang mempengaruhi variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility* (CSR) yang diproksikan dengan pengungkapan CSR, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan *capital intensity*.

3.1.2.1 Pengungkapan CSR

CSR atau *corporate social responsibility* adalah kegiatan perusahaan yang tujuannya membangun hubungan yang baik dengan masyarakat dengan cara melakukan kegiatan yang sesuai dengan nilai dan norma serta kebutuhan masyarakat. CSR diproksikan dengan pengungkapan CSR yang diukur dengan menggunakan *check list* yang mengacu pada indikator pengungkapan yang digunakan secara umum di dunia yaitu *global reporting initiative* atau GRI 3.1. Indikator GRI 3.1 dipilih karena indikator tersebut berlaku secara umum sehingga dapat dibandingkan dengan penelitian di berbagai negara. Indikator dalam penelitian ini terdiri dari 5 kategori, yaitu lingkungan, kepegawaian, hak asasi, masyarakat dan tanggung jawab produk. Jumlah item yang diharapkan dapat memberikan informasi mengenai CSR perusahaan adalah 75 item yang terdiri atas 30 item kategori lingkungan, 15 item kategori kepegawaian, 11 item kategori hak asasi, 10 item kategori masyarakat dan 9 item kategori tanggung jawab produk.

Pengukuran ini dilakukan dengan cara mencocokkan item pada *check list* dengan item yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Apabila item y diungkapkan maka diberi nilai 1, jika item y tidak diungkapkan maka diberi nilai

0. Setelah member nilai pada setiap item, maka dapat dihitung pengungkapan CSR dengan proksi CSRI, yang rumusnya sebagai berikut:

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

CSRI_i : Indeks luas pengungkapan CSR perusahaan i

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

n_i : jumlah item perusahaan i, $n_i = 75$

3.1.2.2 Ukuran Perusahaan

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

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

3.1.2.3 Profitabilitas

Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan atau laba bagi perusahaan dari total aset yang dimiliki. Penelitian ini menggunakan ROA sebagai proksi mengukur profitabilitas perusahaan. Menurut Lanis dan Richardson (2012) profitabilitas dapat diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih sebelum pajak}}{\text{Total aset}}$$

3.1.2.4 *Leverage*

Leverage menggambarkan proporsi hutang jangka panjang terhadap total aset yang dimiliki perusahaan. Hal ini dapat digunakan untuk mengetahui keputusan pendanaan yang dilakukan oleh perusahaan. Menurut Lanis dan Richardson (2012) *leverage* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

3.1.2.5 *Capital Intensity*

Capital intensity menjelaskan seberapa besar perusahaan melakukan investasi pada aset. Berdasarkan penelitian Rodriguez dan Arias (2012) *capital intensity* diukur dengan menggunakan rasio antara aset tetap bersih dibagi total aset, atau dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$CAPIN = \frac{\text{Aset tetap bersih}}{\text{Total aset}}$$

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2013. Pemilihan periode 2 tahun bertujuan untuk dapat membandingkan keadaan perusahaan selama dua tahun tersebut dan dapat mendapatkan data terbaru sehingga memperoleh hasil yang dapat menjelaskan permasalahan dalam penelitian ini. Perusahaan non keuangan dipilih karena dalam kategori non keuangan mencakup tiga jenis umum perusahaan, yaitu perusahaan manufaktur, perusahaan dagang dan perusahaan jasa, sehingga dapat mewakili keseluruhan perusahaan yang ada di Indonesia.

Berdasarkan populasi tersebut akan ditentukan sampel sebagai objek penelitian. Sampel dipilih dengan metode *purposive sampling*, yaitu dengan

memilih sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria pemilihan sampel adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan yang mempublikasikan laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keuangan pada tahun 2012-2013 secara lengkap.
2. Perusahaan yang menggunakan satuan nilai rupiah dalam laporan keuangannya selama tahun penelitian.
3. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian atau memperoleh laba selama tahun penelitian.
4. Perusahaan yang mengungkapkan CSR *disclosure* dalam laporan keuangannya selama tahun penelitian.
5. Perusahaan yang memiliki ETR antara 0-1, dimana semakin rendah nilai ETR maka perusahaan dianggap semakin agresif terhadap pajak.
6. Perusahaan yang memiliki nilai positif arus kas dari aktivitas operasi selama tahun penelitian.
7. Perusahaan yang memenuhi kriteria penelitian selama dua tahun berturut-turut.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu data berupa angka dan dapat diukur serta diuji dengan metode statistik. Sedangkan sumber data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2012 sampai tahun 2013. Data diperoleh

dari situs resmi BEI www.idx.co.id dan sumber lain yang relevan seperti *Indonesian Capital Market Directory (ICMD)*.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi pustaka dan metode dokumentasi. Metode studi pustaka adalah metode pengumpulan data dengan melakukan telaah pustaka, mengkaji berbagai sumber seperti buku, jurnal dan sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian. Sedangkan metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan melihat, menggunakan dan mempelajari data-data sekunder yang diperoleh dari website BEI dan dokumen ICMD yaitu laporan tahunan dan laporan keuangan yang terpilih sebagai sampel penelitian.

3.5 Model Analisis Data

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistic deskriptif digunakan untuk menjelaskan deskripsi data dari keseluruhan variabel dalam penelitian yang dilihat dari nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata (*mean*) dan standar deviasi. Menurut Ghozali (2011) analisis statistic deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai distribusi dan perilaku data sampel penelitian.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah data yang digunakan layak untuk dianalisis, karena tidak semua data dapat dianalisis dengan regresi. Dalam penelitian ini menggunakan 4 uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas.

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu dan residual berdistribusi normal atau tidak, karena data yang baik adalah data yang berdistribusi normal. Menurut Ghozali (2011) ada dua cara untuk menguji distribusi data, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistic. Uji normalitas dapat dilakukan dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram residualnya. Pengambilan keputusan distribusi data menurut Ghozali (2011) adalah sebagai berikut:

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

3.5.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2011). Untuk menciptakan sebuah model regresi, antar variabel independen tidak boleh terdapat multikolinieritas karena multikolinieritas dapat menimbulkan bias dalam hasil penelitian terutama dalam proses pengambilan kesimpulan mengenai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dilihat dari:

- a. Nilai R^2 yang dihasilkan dalam suatu model regresi sangat tinggi atau variabel-variabel independen banyak menunjukkan hubungan tidak signifikan dengan variabel dependen.

- b. Menganalisis matrik korelasi antar variabel independen. Jika antar variabel independen terdapat korelasi yang cukup tinggi (di atas 0.95) maka mengindikasikan adanya multikolinieritas,
- c. Melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation faktor* (VIF). Nilai yang umumnya digunakan untuk menunjukkan multikolinieritas menurut Ghozali (2011) adalah nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$.

3.5.2.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan apakah dalam model regresi terdapat korelasi kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$. Jika terdapat korelasi maka ada masalah autokorelasi, karena model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terdapat autokorelasi di dalamnya. Menurut Ghozali (2011) autokorelasi muncul karena penelitian yang berurutan sepanjang waktu dan saling berkaitan satu sama lain.

Salah satu cara untuk menguji ada atau tidaknya autokorelasi adalah dengan menggunakan uji Durbin-Watson. Uji Durbin-Watson dengan cara membandingkan nilai hitung dengan nilai table Durbin-Watson untuk memperoleh batas bawah (BL) dan batas atas (BU) dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Dalam penelitian ini untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi yaitu dengan melakukan *run test*. *Run test* digunakan sebagai bagian dari statistik non-parametrik dapat pula digunakan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi. Jika antar residual tidak terdapat hubungan korelasi maka dikatakan bahwa residual adalah acak atau random (Ghozali, 2011). Model regresi

dikatakan random atau acak jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka model regresi tidak terjadi autokorelasi.

3.5.2.4 Uji Heterokedastisitas

Heteroskedastisitas berarti varian variabel gangguan yang tidak konstan. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya (Ghozali, 2011). Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas, atau dengan kata lain hasilnya homoskedastisitas.

Salah satu cara untuk melakukan uji heteroskedastisitas ini yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel independen (ZPRED) dengan residual (SRESID). Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011). Analisis menggunakan grafik plot memiliki kelemahan yang cukup signifikan karena jumlah pengamatan mempengaruhi hasil plotting. Semakin sedikit jumlah pengamatan maka semakin sulit menginterpretasikan hasil grafik plot. Oleh sebab itu, analisis menggunakan grafik plot tidak digunakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji statistik yaitu uji glejser untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas. Dalam uji glejser, apabila variabel independen signifikan secara statistik dalam mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan apabila variabel independen tidak signifikan

secara statistik dalam mempengaruhi variabel dependen, maka tidak ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Hal tersebut diamati dari probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5% (Ghozali, 2011).

3.5.3 Pengujian Hipotesis

Model analisis data yang digunakan dalam menguji hipotesis penelitian ini adalah model regresi linear berganda. Agresivitas pajak sebagai variabel dependen diproksikan dengan *effective tax rate* (ETR), sedangkan variabel independennya terdiri dari pengungkapan CSR (CSR), ukuran perusahaan (SIZE), profitabilitas (ROA), *leverage* (LEV) dan *capital intensity* (CAPIN). Persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan :

TAG_{it}	: Agresivitas pajak perusahaan I tahun ke-t yang diukur dengan menggunakan proksi ETR
α_0	: Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$: Koefisien Regresi
CSR	: Pengungkapan item CSR
ROA	: <i>Return on Asset</i>
SIZE	: Ukuran Perusahaan
LEV	: <i>Leverage</i>
CAPIN	: <i>Capital Intensity</i>
E	: <i>error</i> (kesalahan pengganggu)

3.5.3.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Apabila koefisien determinasi (R^2)=0 berarti tidak ada hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, sebaliknya untuk koefisien determinasi (R^2)=1 maka terdapat hubungan yang sempurna. Digunakan *adjusted* R^2 sebagai koefisien determinasi apabila regresi variabel bebas lebih dari dua.

3.5.3.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2011) menyatakan bahwa pada dasarnya uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji ini yaitu menggunakan quick look yang berarti H_0 dapat ditolak pada derajat kepercayaan 5% apabila nilai F lebih besar daripada 4 dan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel yang berarti apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan menerima H_A .

3.5.3.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Uji statistik t ini digunakan untuk menguji signifikansi koefisien variabel independen dalam memprediksi variabel dependen. Pengujian ini pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual dalam

menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2011). Uji statistik t digunakan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lain bersifat konstan. Dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ($\alpha = 5\%$). Kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis:

- a. Jika nilai signifikansi (sig.) lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak.
- b. Jika nilai signifikansi (sig.) lebih kecil atau sama dengan 0,05 maka hipotesis diterima.