

PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia Tahun 2013–2016)



SKRIPSI

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

Disusun Oleh :

RIZKY ARFIYANTO

NIM 12030113140178

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

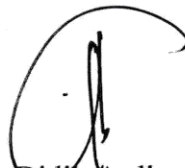
2017

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Rizky Arfiyanto
Nomor Induk Mahasiswa : 12030113140178
Fakultas/Departemen : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi
Judul Skripsi : **PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK
TERHADAP PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur
yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun
2013–2016).**
Dosen Pembimbing : Moh Didik Ardiyanto, S.E., M.Si., Akt.

Semarang, 29 Juli 2017

Dosen Pembimbing,



(Moh Didik Ardiyanto, S.E., M.Si., Akt.)
NIP. 132003713


PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Rizky Arfiyanto
Nomor Induk Mahasiswa : 12030113140178
Fakultas/Departemen : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi
Judul Skripsi : **PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK
TERHADAP PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur
yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun
2013–2016).**

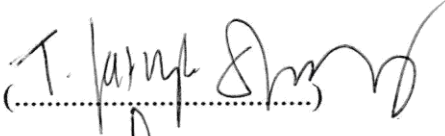
Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 11 Agustus 2017

Tim Penguji:

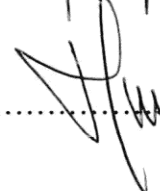
1. Moh Didik Ardiyanto, S.E., M.Si., Akt.

(..........)

2. Tri Jatmiko WP, S.E., M.Si., Akt.

(..........)

3. Dr. Warsito Kawedar, S.E., M.si., Akt.

(..........)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, Rizky Arfiyanto, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (Studi Empiris pada Perusahaan manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2016), adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

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

Semarang, 28 Juli 2017
Yang membuat pernyataan,



(Rizky Arfiyanto)

NIM: 12030113140178

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Barang siapa keluar untuk mencari Ilmu maka dia berada di jalan Allah

(HR. Tirmidzi)

“Man Jadda, Wa Jadda”

Barang siapa yang bersungguh - sungguh akan mendapatkannya.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Ayah, ibu, Adik, dan keluarga besar

Sahabat - sahabat tersayang

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of tax aggressiveness on corporate social responsibility disclosure. The dependent variable used in this study is the disclosure of social responsibility. While the independent variable in this study is the tax aggressiveness measured using the proxy Effective Tax Rates (ETR). This study uses four control variable; include capital intensity, market to book ratio, return on asset (ROA), dan size.

This study is a replication of the study by Lanis and Richardson (2013) and using 192 manufacturing companies that listed on the Indonesia Stock Exchange in the period 2013-2016 as the sample. The sample is chosen by purposive sampling method and there are 24 data outlier. The company that meet the criteria of this research are 168 companies. Data were analyzed using ordinary least square regression analysis model.

The study indicate that tax aggressiveness has a positive and significant impact on the disclosure of Corporate Social Responsibility. The study indicate that the higher the level of tax aggressiveness of a company, the greater the disclosure of Corporate Social Responsibility. So this study justify the theory of legitimacy.

Keywords : *corporate social responsibility, tax aggressiveness, effective tax rates*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh agresivitas pajak terhadap pengungkapan corporate social responsibility. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan variabel independen dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak yang diukur menggunakan proksi *Effective Tax Rates* (ETR). Penelitian ini menggunakan empat variabel kontrol yaitu capital intensity, market to book ratio, return on asset (ROA), dan size.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson (2013) dengan menggunakan 192 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2016 sebagai sampel penelitian. Sampel penelitian dipilih dengan metode *purposive sampling* dan terdapat data outlier sebanyak 24 perusahaan maka perusahaan yang memenuhi kriteria penelitian ini sebanyak 168 perusahaan. Data dianalisis menggunakan model analisis regresi *ordinary least square*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa agresivitas pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat agresivitas pajak suatu perusahaan, maka semakin besar pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini sesuai dengan teori legitimasi dalam konteks agresivitas pajak.

Kata kunci: *corporate social responsibility*, agresivitas pajak, *effective tax rates*.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur kehadirat Allah SWT, atas berkat dan karunia-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013–2016)”. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomika dan Bisnis Departemen Akuntansi Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Suharnomo, SE., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
2. Bapak Anis Chariri SE., M.Com., Ph.D., Akt., selaku Wakil Dekan I bidang Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
3. Bapak Fuad, S.E.T., M.Si., Akt., Ph.D., selaku Ketua Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
4. Bapak Moh Didik Ardiyanto, S.E., M.Si., Akt., selaku dosen pembimbing

dalam mengerjakan penelitian ini untuk menyelesaikan tugas akhir di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

5. Bapak Andrian Budi Prasetyo, SE., M.Si., Akt., Selaku dosen wali yang telah memberikan nasehat dan arahan.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan berbagai ilmu dan memberikan petunjuk selama pembelajaran dalam perkuliahan.
7. Seluruh Staf Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan bantuan selama proses pembelajaran maupun tugas akhir.
8. Ayah, Ibu dan Adik tersayang, serta keluarga besar penulis yang telah memberikan dukungan dan doa dalam pembuatan tugas akhir ini.
9. Teman-teman seperjuangan dari awal perkuliahan Bagir, Fahmi, Nugraha, Ardi, Fiki, dan lainnya yang selalu bersama-sama dalam proses pembelajaran, memberi dukungan, saran dan telah memberikan kenangan dalam perkuliahan ini hingga akhir.
10. Teman-teman KKN Tim I Pekalongan 2017 yang telah melakukan Kuliah Kerja Nyata bersama-sama selama 40 hari dan memberi dukungan dalam penyusunan skripsi.
11. Seluruh teman-teman satu angkatan akuntansi 2013 yang telah

memberikan pengalaman luar biasa dalam perkuliahan.

12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan doa dan bantuan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini tidak sempurna dan masih terdapat kekurangan karena pada dasarnya tidak ada ciptaan manusia yang Allah ciptakan itu sempurna. Oleh karena itu setiap kritik, saran dan masukan sangat diharapkan, agar menjadi hasil karya yang lebih baik lagi untuk selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi penggunanya. Akhir kata, terimakasih atas dukungan yang telah diberikan kepada berbagai pihak.

Semarang, 28 Juli 2017

Penulis



(Rizky Arfiyanto)

NIM, 12030113140178

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
Motto dan Persembahan	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II. TELAAH PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Teori Legitimasi	12
2.1.2 Teori <i>Stakeholder</i>	14
2.1.3 <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	15
2.1.4 CSR Disclosure	16
2.1.3 Agresivitas Pajak	17
2.1.4 Variabel Kontrol	18
2.1.4.1 <i>Capital Intensity</i>	18
2.1.4.2 Ukuran Perusahaan	19
2.1.4.3 <i>Return on Asset</i>	19
2.1.4.4 <i>Market to Book Ratio</i>	20
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Pemikiran	26
2.4 Pengembangan Hipotesis	28
BAB III. METODE PENELITIAN	33
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	33
3.1.1 Variabel Dependen	33
3.1.2 Variabel Independen	34

3.1.3 Variabel Kontrol	35
3.1.3.1 <i>Return on Asset</i>	35
3.1.3.2 <i>Capital Intensity</i>	36
3.1.3.3 Ukuran Perusahaan	36
3.1.3.4 <i>Market to Book Ratio</i>	37
3.2 Populasi dan Sampel	37
3.3 Jenis dan Sumber Data	38
3.4 Metode pengumpulan data	38
3.5 Metode Analisis Data	38
3.5.1 Statistik Dekskriptif.....	38
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	39
3.5.2.1 Uji Normalitas	39
3.5.2.2 Uji Autokorelasi	39
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas	40
3.5.3 Uji Hipotesis	41
3.5.3.1 Uji Koofisien Determinasi (R^2)	41
3.5.3.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	42
3.5.3.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)	42
3.5.4 Analisis Regresi	42
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	44
4.2 Analisis Data	46
4.2.1 Statistik Deskriptif	46
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	48
4.2.2.1 Uji Normalitas	48
4.2.2.2 Uji Autokorelasi	51
4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas	52
4.2.3 Uji Hipotesis	54
4.2.3.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	54
4.2.3.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	55
4.2.3.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)	55
4.2.4 Analisis Regresi OLS	57
4.3 Pembahasan	58
4.3.1 Pembahasan Hasil Uji Hipotesis	58
BAB V PENUTUP	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Keterbatasan Penelitian	59
5.3 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	64

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	23
Tabel 4.1 Ringkasan Pengambilan Sampel Penelitian	45
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif	46
Tabel 4.3 One-Sample Kolmogorov-Smirnov	50
Tabel 4.4 Hasil Uji Durbin-Watson	51
Tabel 4.5 Hasil Uji Glejser	53
Tabel 4.6 Hasil Uji Determinasi	54
Tabel 4.7 Hasil Uji signifikansi Simultan (Uji F)	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Statistik T	56

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	28
Gambar 4.1 Grafik Histogram Regresi	49
Gambar 4.2 Grafik Uji Normal P-Plot	49
Gambar 4.3 Grafik Scaterplot	52

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Daftar Perusahaan Sampel	65
Lampiran B Index Pengungkapan CSR GRI (<i>Global Reporting Initiative</i>) .	66
Lampiran C Hasil Olah SPSS	73

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pajak merupakan tindakan yang dilakukan oleh pemerintah negara dengan cara memungut bayaran terhadap seluruh masyarakat yang tinggal di negara tersebut dengan hukum–hukum yang berlaku. Hasil pajak tersebut digunakan sebagai biaya yang akan dialokasikan secara umum dalam pembangunan negara dan bukan untuk kepentingan pribadi, oleh karena itu para wajib pajak tidak dapat merasakan hasil dari pungutan pajak tersebut secara langsung.

Pada dasarnya pajak adalah salah satu sumber dana di suatu wilayah dimana khususnya di Indonesia sendiri pendapatan pajak merupakan pendapatan negara terbesar untuk negara tersebut dikarenakan hampir 80% lebih pendapatan negara merupakan hasil dari pajak dibandingkan pendapatan lainnya seperti PNBP (Pendapatan Negara Bukan Pajak) migas, non migas, PPh migas, laba BUMN (Badan Umum Milik Negara), badan layanan umum, hibah, kepabean & cukai, dan sebagainya, dimana dari hasil pajak tersebut nantinya di masukan dalam kas negara dan dipergunakan untuk dana pembangunan fasilitas & infrastruktur negara, alokasi umum, pemilihan umum, penegakan hukum, subsidi pangan & BBM (Bahan Bakar Minyak), pelayanan kesehatan, pertahanan & keamanan negara, pendidikan, kelestarian lingkungan hidup, penanggulangan bencana, kelestarian budaya, dan dari sektor–sektor lainnya.

Pada 5 tahun terakhir yaitu tahun 2012–2016 menurut BSP (Badan Pusat Statistik) pendapatan negara Indonesia dari faktor perpajakan mengalami kenaikan. Kenaikan tersebut didasari dengan meningkatnya dana pajak pada beberapa periode, dimana terdapat pendapatan pajak sebesar Rp. 980 triliun di tahun 2012, Rp 1.077 triliun di tahun 2013, Rp 1.146 triliun di tahun 2014, Rp 1.240 triliun di tahun 2015 dan pada tahun 2016 menjadi Rp 1.539 triliun rupiah. Penerimaan pajak tersebut didapatkan melalui dua sektor yaitu pajak dalam negeri dan pajak perdagangan internasional. Untuk pajak dalam negeri sendiri dibagi menjadi enam sektor yaitu dari sektor penghasilan, bumi dan bangunan, pertambahan nilai, bea perolehan hak dan tanah bangunan (BPHTB), cukai dan pajak lainnya. Untuk pajak perdagangan internasional dibagi menjadi dua sektor yaitu bea masuk dan pajak ekspor. Oleh sebab itu pajak merupakan sumber penerimaan yang penting. Hal tersebut berbanding terbalik bagi suatu perusahaan, dimana pajak merupakan beban yang dapat menurunkan tingkat pendapatan perusahaan.

Smith & Skousen dalam penelitian Suandy (2011), untuk pemerintahan, pajak yang didapatkan atau dimiliki dapat diidentifikasi menjadi beban dalam melakukan kegiatan operasional atau melakukan pendistribusian laba untuk pemerintah. Namun hal tersebut berdampak bagi program perusahaan sebagai wajib pajak yang bertolakbelakang dengan tujuan dari program tersebut untuk meningkatkan pendapatan pajak negara, maka dari itu perusahaan berupaya untuk menghindari beban pajak yang diterima baik secara legal maupun ilegal. Dimana hal tersebut dilakukan oleh para perusahaan yang bertujuan untuk mendapatkan

keuntungan yang lebih besar lagi tanpa adanya beban atau biaya pajak yang di tetapkan.

Lanis & Richardson (2012) menyatakan bahwa salah satu pendorong dalam suatu keputusan di perusahaan adalah pembayaran pajak. Dimana dalam suatu manajerial perusahaan tersebut dirancang sedemikian rupa yang bertujuan untuk meminimalisir tingginya pajak yang ditetapkan oleh pemerintah pada suatu perusahaan dengan menggunakan kegiatan agresivitas pajak dalam arti lain yaitu penghindaran pajak. Agresivitas pajak juga dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan manajemen yang bertujuan untuk menurunkan tingkat tarif pajak yang seharusnya dibayarkan oleh perusahaan. Dengan hal tersebut maka perusahaan akan lebih agresif terhadap tingkat perpajakan yang lama kelamaan akan semakin tinggi.

Frank, Lynch, & Rego (2009) mengungkapkan bahwa agresivitas pajak perusahaan yaitu upaya untuk memanipulasi PKP (Pendapatan Kena Pajak) yang dilakukan pada perencanaan penghindaran pajak dengan menggunakan cara-cara ilegal (tax evasion) maupun legal (tax avoidance). Maka hal tersebut dapat dikatakan agresivitas pajak yaitu kegiatan yang direncanakan oleh perusahaan secara sengaja untuk mengurangi beban pajak pada perusahaan dengan mementingkan keuntungan perusahaan. Slemrod (2004) memberikan pendapat bahwa tindakan agresivitas pajak adalah aktivitas lebih mendetail, dimana dalam keseluruhan terdapat terjadinya transaksi dengan tujuan yaitu sama-sama untuk meminimalisir beban pajak perusahaan.

Dari kasus tersebut maka pemerintahlah yang akan secara tidak langsung

terkena dampak dari kegiatan agresivitas pajak yang dilakukan oleh para perusahaan-perusahaan nakal yang semata-mata hanya untuk meraup keuntungan yang lebih dibandingkan menjalankan kewajiban negara. Sesuai dengan Undang-Undang dasar 1945 pasal 23A berisi tentang pungutan atau suatu hal yang bersifatnya memaksa dan bertujuan untuk kepentingan negara maka hal tersebut sudah di atur oleh perundang-undangan negara. Akan tetapi hal tersebut malah dapat dimanfaatkan para wajib pajak untuk melakukan pembayaran wajib pajaknya dengan menggunakan cara-cara lain dengan maksud agar beban pajak yang dikenakan semakin kecil dibandingkan beban pajak yang harus mereka terima. Lanis dan Richardson (2013) berpendapat bahwa kebanyakan masyarakat melihat mengenai perusahaan-perusahaan yang menggunakan perencanaan agresivitas pajak diidentifikasi telah melakukan perencanaan yang sifatnya tidak benar dan tidak mempunyai rasa tanggung jawab. Dengan melakukan kegiatan agresivitas pajak hal itu juga secara tidak langsung dapat merubah pandangan masyarakat menjadi negatif terhadap perusahaan yang melakukan kegiatan tersebut, dan bukan hanya pandangan masyarakat terhadap perusahaan menjadi buruk saja akan tetapi perusahaan juga dibebani dengan adanya tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dimana hal tersebut akan menjadi sorotan ketika hal tersebut tidak dilakukan oleh perusahaan.

Dapat dijelaskan bahwa CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan serta dapat mendorong kualitas hidup masyarakat dan bukan hanya itu saja akan tetapi CSR juga dapat meningkatkan para pemangku kepentingan. Terdapat beberapa cara

dalam mendefinisikan CSR termasuk ketika perusahaan mengkalkulasikan terjadinya dampak lingkungan dan sosial ketika mereka beroperasi, dengan cara meningkatkan manfaat dari kegiatan tersebut tanpa melihat dampak yang akan ditimbulkan dari kegiatan tersebut. Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa salah satu faktor penting dalam keberlangsungan hidup perusahaan yaitu dengan melakukan kegiatan CSR, meskipun kegiatan tersebut bersifat sukarela dan tidak diwajibkan.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu dalam Lanis dan Richardson (2013) yang menerangkan bahwa pentingnya perusahaan untuk melakukan sebuah kebijakan publik dalam rangka untuk mendapatkan legitimate terhadap masyarakat. Kouhy, Lavers, & Gray (1995) mengungkapkan bahwa perusahaan akan lebih mengutamakan untuk mendapatkan legitimasi demi mempertahankan kelangsungan hidup sosial perusahaan, namun jika legitimasi dalam perusahaan itu tidak dipertahankan maka akan membuat jalannya pengoperasian perusahaan menjadi terhalang. Hal itu didasari dengan seringkali terjadinya beberapa instansi yang belum melakukan tanggung jawab sosial meskipun pada Undang-Undang No. 40 tahun 2007 sudah dijelaskan mengenai tanggung jawab sosial merupakan salah satu hal yang perlu untuk dilakukan bagi perusahaan, hal itu juga dijelaskan pada keputusan Ketua Bapepam & LK No. Kep-431/BL/2012 dan diperbarui SE OJK No. 30.

Dapat disimpulkan dari peraturan diatas bahwa CSR merupakan kegiatan yang sifatnya wajib untuk dilakukan bagi perusahaan. Akan tetapi daripada itu, dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial untuk negara Indonesia masih

terbilang belum dapat untuk digerakan secara maksimal dibandingkan negara lainnya. Hal tersebut juga membuat beberapa perusahaan memiliki anggapan mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan suatu masalah yang dialami perusahaan untuk diungkapkan. Selain itu kegiatan tanggung jawab sosial merupakan salah satu kegiatan positif yang dapat memberikan timbal balik perusahaan terhadap masyarakat sekitar. Sesuai dengan penjelasan Lanis dan Richardson (2013) yang mengungkapkan bahwa dibalik dari timbulnya perilaku perusahaan terdapat keterkaitan antara perhatian masyarakat dan tanggung jawab sosial perusahaan, dimana hal tersebut tidak sama dengan apa yang diharapkan dari masyarakat yang terdapat di dalam teori legitimasi.

Dalam hal ini pentingnya kerjasama antara perusahaan dan pemerintah untuk melakukan pengkajian mengenai besarnya pajak yang akan dibebankan oleh perusahaan agar tanggung jawab sosial dapat berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh masyarakat. Pemerintah seharusnya melakukan pengkajian ulang dalam pemotongan pajak kepada perusahaan yang melakukan CSR. Setiadji (2010) memberi pendapat tentang beban yang dialami perusahaan akan menjadi dua yaitu beban Pajak dan beban untuk melakukan tindakan CSR. Namun hal itu didasari dari adanya kebijakan untuk melakukan pembayaran pajak dan melakukan tindakan CSR adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Oleh sebab itu untuk menghindari beban yang akan diterima oleh perusahaan maka perusahaan berfikir untuk melakukan kegiatan agresivitas pajak dengan tujuan untuk mengurangi beban yang diberikan oleh pemerintah agar laba atau pendapatan dari perusahaan tidak terpotong dengan kedua beban pajak tersebut.

Dengan adanya kegiatan tersebut maka hal ini tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh masyarakat. Oleh karena itu perusahaan berusaha agar kegiatan agresivitas pajak tidak terlihat maka salah satu cara perusahaan tersebut yaitu dengan melakukan kegiatan tanggung jawab sosial yang lebih banyak terhadap masyarakat dengan harapan dapat merubah pola pikir masyarakat yang beranggapan buruk menjadi baik terhadap perilaku dari perusahaan tersebut.

Lanis dan Richardson (2013) menyatakan pendapat bahwa jika terdapat perusahaan yang terbukti telah melakukan tindakan agresivitas pajak maka hal yang dapat dilakukan untuk menutupi tindakan kecurangan tersebut ialah melakukan tindakan tanggung jawab sosial yang lebih. Penelitian CSR berhubungan pada agresivitas pajak juga pernah diteliti oleh Watson (2012). Dalam penelitiannya Watson didapatkan pernyataan yang membuktikan bahwa terdapat hubungan negatif antara agresivitas pajak dan CSR dengan menggunakan proksi tarif ETR dengan mengkaitkan tarif pajak yang berlaku. Dalam penelitian tersebut sama dengan yang diteliti oleh Lanis dan Richardson (2012) untuk menguji agresivitas pajak terhadap pengungkapan CSR dengan ETR sebagai alat untuk mengukur agresivitas pajak yang terdapat pada perusahaan.

Lanis dan Richardson (2013) melakukan pengujian yang sama dengan sebelumnya akan tetapi konteks yang dari penelitian ini dirubah mengenai hubungan yang diteliti sebelumnya pada tahun 2012. Dalam penelitian ini sama yaitu menghubungkan pengaruh ada atau tidaknya hubungan agresivitas pajak dengan pengungkapan CSR dalam konteks teori legitimasi, dan dalam penelitian terbarunya ini Lanis dan Richardson juga sama yaitu dengan membagi 2 sampel

observasi yang akan diujikan dimana terdapat perusahaan yang telah digolongkan sebagai perusahaan agresivitas pajak dan perusahaan yang non agresivitas pajak. Dari hasil penelitian tersebut Lanis dan Richardson mendapatkan hasil bahwa terjadi hubungan positif dan signifikan antara agresivitas pajak terhadap CSR, maka hal tersebut sesuai dengan teori legitimasi. Oleh sebab itu saya tertarik untuk mengembangkan penelitian mengenai agresivitas dapat berpengaruh terhadap CSR, dan bagaimana jika penelitian tersebut diterapkan di Indonesia. Akan tetapi akan terdapat perbedaaan antara proksi dan sampel dalam penelitiannya dikarenakan untuk di Indonesia sendiri belum ada lembaga atau kebijakan pemerintah untuk menggolongkan perusahaan-perusahaan yang telah melakukan tindakan agresivitas pajak ataupun yang tidak melakukan tindakan agresivitas pajak. Di Indonesia sendiri DJP (Direktorat Jendral Pajak) hanya mengindikasikan saja bahwa terdapat perusahaan-perusahaan yang telah melakukan kecurangan dalam pembebanan pajaknya. Maka dari itu penelitian ini ingin menguji apakah benar bahwa perusahaan yang telah melakukan tindakan agresivitas pajak akan mengungkapkan pengungkapan CSR lebih banyak dibandingkan perusahaan yang tidak melakukan tindakan agresivitas pajak.

1.2 Rumusan Masalah

Di indonesia kasus mengenai pajak merupakan salah satu kasus yang mulai menjadi sorotan publik dimana pajak merupakan sumber pendapatan yang cukup besar dan hal tersebut akan berdampak kepada masyarakat jika dalam pembayaran wajib pajak berjalan sesuai dengan undang-undang yang berlaku. Namun jika dilihat dari sisi perusahaan pajak merupakan beban yang harus dibayarkan

perusahaan terhadap pemerintah. Dengan adanya hal tersebut maka beberapa perusahaan berpikir untuk melakukan tindakan meminimalisir besarnya tingkat pajak yang akan dikenakan pada perusahaannya tersebut dengan cara salah satunya yaitu agresivitas pajak yang membuat ketidakadanya pertanggungjawaban secara sosial bagi perusahaan. Dengan adanya permasalahan berikut maka beberapa perusahaan mungkin akan melakukan tindakan CSR yang lebih banyak, dengan maksud untuk meminimalisir pandangan publik terhadap nama perusahaan. Dimana hal itu bertujuan untuk menyesuaikan kewajiban yang harus dilakukan perusahaan terhadap masyarakat akan tanggung jawab sosial yang harus perusahaan lakukan. Maka bagi wajib pajak badan hal itu merupakan tindakan yang tidak dapat dipertanggungjawabkan dan tidak sesuai dengan kewajibannya. Oleh sebab itu penelitian ini dilakukan untuk menjawab :

Apakah agresivitas pajak memiliki pengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh agresivitas pajak terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*: untuk menguji teori legitimasi.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan secara teoritis dimana dapat dijadikan referensi bagi pihak akademisi dan pihak yang berkepentingan

mengenai CSR (*Corporate Social Responsibility*) dan agresivitas pajak pada perusahaan.

2. Manfaat Praktis

Dari hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan secara praktis untuk menjadi masukan bagi perusahaan yang agresif pajak terhadap CSR (*Corporate Social Responsibility*) dan memberikan masukan bagi Direktorat Jendral Pajak untuk lebih meningkatkan pengidentifikasian bagi perusahaan yang telah melakukan agresivitas pajak.

1.5 Sistematika Penulisan

Dapat di simpulkan sistematika penulisan yang terdapat dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Pada bab I akan dijelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II : Tinjauan Pustaka

Pada bab II akan dijelaskan mengenai teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III : Metode Penelitian

Pada bab III akan dijelaskan mengenai variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data yang digunakan.

BAB IV : Hasil dan Pembahasan

Pada bab IV akan dijelaskan mengenai deskripsi objek penelitian, analisis, dan pembahasan dari hasil penelitian.

BAB V : Penutup

Pada bab V akan dijelaskan mengenai kesimpulan, keterbatasan dan saran yang merupakan hasil dari penelitian ini secara singkat yang didapatkan dalam pembahasan.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Legitimasi

Teori legitimasi merupakan teori yang mendasar dalam suatu norma-norma, batasan-batasan, nilai dan peraturan sosial dalam mengatur perusahaan agar selalu menjaga keutamaan sosial dari suatu reaksi yang kemungkinan akan timbul dari reaksi tersebut. Gray et al (1995) teori legitimasi tersebut mendukung dalam melakukan tindakan CSR, perusahaan (manajemen) memberikan informasi CSR (*Corporate Social Responsibility*) sebagai salah satu alat komunikasi kepada masyarakat. Bahkan ketika suatu perusahaan sudah sesuai dengan harapan masyarakat, legitimasi masih dapat gagal untuk dapat membuat pengungkapan yang meyakinkan kepatuhan tersebut. Oleh karena itu, manajer perlu untuk lebih menunjukkan bahwa mereka mematuhi kontrak sosial dengan mengungkapkan informasi sesuai dengan harapan masyarakat. Sebaliknya, manajer biasanya memiliki persepsi yang berbeda dari istilah-istilah ini dan dengan demikian akan bervariasi dalam pengungkapan informasi mereka mengenai CSR dalam pelaporan keuangannya.

Gray et al (1996) berpendapat bahwa persyaratan hukum yang mengatur korporasi memberikan persyaratan secara eksplisit dari kontrak sosial tersebut, sedangkan untuk masyarakat berharap untuk tidak menginginkan hal tersebut dilakukan secara tersirat. Teori legitimasi dapat diterima dengan menunjukkan aktivitas pada perusahaan yang sama dengan nilai sosial yang ada. Dengan

demikian perusahaan tersebut setidaknya dapat memberikan kesan positif terhadap para masyarakat.

Diperlukannya kesadaran bagi perusahaan akan pentingnya kontrak sosial dengan masyarakat itu sangat dibutuhkan demi kelancara pengoperasionalan dan kelangsungan hidup bagi perusahaan, dengan adanya CSR hal itu merupakan salah satu wujud timbal balik yang dilakukan perusahaan terhadap masyarakat. Pernyataan tersebut sesuai dengan teori yang menjelaskan bahwa perusahaan menyetujui kontrak kepada masyarakat dengan kegiatan yang berdasarkan pada nilai *justice*, dan bagaimana perusahaan dapat menanggapi berbagai kelompok kepentingan lain untuk melegitimasi tindakan perusahaan (Tilt, CA.1994 dalam penelitian Titisari, Suwardi, Dan Setiawan, 2010).

Hal tersebut juga dijelaskan oleh Dowling dan Preffer (1975) dalam (Ghozali dan Chariri, 2014) mengungkapkan bahwa terdapat batasan-batasan yang sudah ditentukan pada nilai-nilai sosial ketika suatu perusahaan sedang melakukan aktifitas usaha, dengan adanya norma dan reaksi pada batasan-batasan tersebut, hal itu bertujuan untuk memacu perusahaan agar mengutamakan pentingnya berperilaku keorganisasian dalam lingkup lingkungan. Dowling dan Preffer (1975) mengungkapkan adanya dua dimensi dimana dimensi ini bertujuan agar perusahaan mendapatkan kesempatan untuk mendapatkan legitimasi oleh masyarakat. Dimensi yang pertama yaitu adanya kesesuaian (*Congruance*) antara kegiatan organisasi dengan sistem nilai yang ada di masyarakat, yang kedua yaitu nilai sosial mencerminkan sebagai pelaporan kegiatan perusahaan dalam beraktivitas. Lindblom (1994) dalam Lanis dan Richardson (2013)

mengungkapkan bahwa ketika suatu nilai-nilai masyarakat berpengaruh negatif terhadap perusahaan dengan memperhatikan perhatian manajemen maka kegiatan CSRlah yang dapat memperbaiki pandangan negatif tersebut. Untuk itu perusahaan didorong agar mendapatkan perhatian dan memberikan bukti nyata agar masyarakat meyakinkan bahwa perusahaan benar-benar ingin memperbaiki keasalahan-kesalahan tersebut dengan cara melakukan kegiatan CSR, Maka hal tersebut sejalan dengan teori legitimasi.

2.1.2 Teori Stakeholder

Teori stakeholder mengungkapkan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri akan tetapi harus memperhatikan juga kontribusi bagi stakeholdernya seperti pemegang saham, masyarakat, konsumen, analisis, pemerintah, kreditor, supplier dan sebagainya (Ghozali dan Chariri, 2014). Oleh sebab itu keberadaan perusahaan sangat penting jika dipengaruhi dengan adanya dukungan stakeholder pada perusahaan yang terkait. Gray, Kouhy dan Adams (1994,p.53) dalam Ghozali dan Chariri (2014) mengungkapkan bahwa dukungan stakeholder merupakan hal yang harus diutamakan dan juga harus dicari agar keberlangsungan hidup perusahaan akan tetap terus berjalan dengan baik, dan jika semakin kuat stakeholder maka semakin besar juga peluang usaha bagi perusahaan untuk dapat melakukan adaptasi. Oleh karena itu dengan adanya pengungkapan sosial maka hal tersebut sama saja kegiatan untuk dapat berdialog antara stakeholder dan perusahaan.

Mengenai teori stakeholder Grey et al (1997) mengungkapkan bahwa pada dasarnya teori tersebut merupakan pendekatan untuk tekanan pasar (*market*

forces approach). Dimana dalam menentukan tipe PSL (Pengungkapan Sosial dan Lingkungan) penyediaan atau penarikan atas sumber ekonomilah yang dapat menentukan tipe tersebut. Namun daripada itu mereka meyakini bahwa teori stakeholder melalaikan pengaruh secara luas kepada masyarakat terhadap pengungkapan informasi dalam pelaporan regulasi termasuk keberadaan hukum dan pelaporan keuangan pada informasi tertentu.

2.1.3 CSR (*Corporate Social Responsibility*)

CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah sebuah pendekatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka melakukan tindakan timbal balik antara perusahaan dengan masyarakat, hal tersebut bertujuan untuk mendapatkan respon positif oleh masyarakat terhadap perusahaan tersebut. Selain itu kegiatan CSR merupakan salah satu bentuk kontribusi perusahaan untuk meningkatkan mutu dalam berlangsungnya kehidupan perusahaan (Susiloadi & Negara, 2008). Lanis dan Richardson (2012) mengungkapkan bahwa tanggung jawab sosial merupakan salah satu kunci utama kesuksesan dalam keberlangsungan hidup dari perusahaan. Dalam melakukan suatu bisnis perusahaan bukan hanya menitikberatkan untuk menghasilkan uang semata tanpa menghiraukan aturan-aturan yang berlaku dalam masyarakat, namun aturan-aturan tersebut harus disesuaikan dengan undang-undang yang berlaku juga, maka hubungan sosial dengan masyarakat sekitar akan lebih baik dengan adanya kegiatan CSR ini, hal tersebut merupakan bagian dari dialog antara perusahaan dengan masyarakat dalam lingkup sosial. Suharto (2008) dalam Sayidatin (2011) mengukapkan bahwa tanggung jawab sosial merupakan bagian bisnis yang memiliki komitmen untuk bukan hanya mencari

keuntungan semata pada perusahaan baik dari segi finansial, akan tetapi juga membangun sosial ekonomi yang *holistic*, melembaga dan berkelanjutan.

2.1.4 CSR Disclosure

Pengungkapan CSR telah banyak menarik perhatian dari beberapa peneliti selama beberapa tahun-tahun sebelumnya. Seperti Guthrie dan Parker (1989), Patten (1992), Brown dan Deegan (1998), dan Deegan et al (2002) dalam Lanis dan Richardson (2013). Gray et al (1995) mengungkapkan mengenai tanggung jawab sosial (CSR), yaitu proses pemberian informasi yang dilakukan untuk melepaskan akuntabilitas sosial. Pada dasarnya tindakan ini tidak diwajibkan oleh organisasi akan tetapi hal itu merupakan bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan untuk masyarakat umum, dengan demikian perusahaan dapat melakukan pengungkapan dalam bentuk laporan tahunan.

Hackston dan Milne (1996) pengungkapan CSR yaitu terjadinya komunikasi sosial dalam lingkup lingkungan dari adanya aktivitas-aktivitas ekonomi suatu organisasi kepada para pemilik kepentingan khusus dan para masyarakat umum. Selain itu Deegan (2002) mengungkapkan mengenai pengungkapan CSR dapat dijadikan untuk sarana dimana dapat dipergunakan bagi manajemen perusahaan untuk melakukan interaksi sosial kepada masyarakat secara umum dengan maksud mempengaruhi pandangan mereka terhadap perusahaan atau organisasi tersebut. Di Indonesia sendiri pengungkapan CSR banyak di ukur dengan menggunakan konsep GRI dimana konsep dari GRI menjadi salah satu pedoman untuk perkapian laporan CSR. Dari Konsep tersebut merupakan *sustainability report* paling sering terjadi dampak dari konsep

sustainability development. Oleh karena itu dalam pengungkapan CSR terhadap agresivitas pajak akan lebih mudah dikarenakan terdapat acuan mengenai pelaporan CSR, salah satunya menggunakan konsep GRI.

2.1.5 Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak merupakan rangkaian strategi yang dilakukan oleh perusahaan secara sengaja dimana hal tersebut tidak sesuai dengan harapan masyarakat (Christensen dan Murphy, 2004, Sikka, 2010) dalam Lanis dan Richardson (2013). Dalam pembayaran pajak perusahaan harusnya memiliki implikasi pada masyarakat sosial dikarenakan bentuk terpenting dari memberikan bantuan mengenai pendanaan kepada publik di masyarakat, termasuk hal-hal yang mencakup penegakan hukum, kesehatan masyarakat, transportasi dan pendidikan. William (2007) dalam Lanis dan Richardson (2012), terdapat beberapa isu yang cukup mendalam dengan upaya penerapan prinsip CSR bagi pajak perusahaan kegiatan tersebut meliputi penghindaran pajak perusahaan dan perencanaan pajak.

Pada dasarnya agresivitas pajak merupakan strategi perusahaan untuk meraup keuntungan yang lebih besar dalam usahanya, namun hal tersebut tidak sesuai dengan yang diharapkan bagi masyarakat (Christensen dan Murphy, 2004, Sikka, 2010). Hlaing (2012) menyatakan pendapat bahwa agresivitas pajak merupakan suatu kegiatan perencanaan pajak yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengurangi tingkat besarnya pajak yang efektif. Terdapat beberapa metode dalam mengukur agresivitas perusahaan tersebut terindikasi melakukan agresivitas pajak, yaitu dengan menggunakan *Effective Tax Rates* (ETR), Dimana hal tersebut

merupakan sebuah besarnya tarif pajak yang ditanggungkan kepada perusahaan. Lanis dan Richardson (2012) mengungkapkan ETR merupakan proksi, dimana ETR sering difungsikan untuk meneliti mengenai agresivitas tidaknya suatu perusahaan sejak dahulu. Dimana semakin kecil nilai ETR maka semakin besar tingkat ke agresivitasan pajak dalam perusahaan tersebut. Dengan demikian bahwa ETR merupakan salah satu cara mengukur tingkat agresivitas perusahaan.

2.1.5 Variabel Kontrol

2.1.5.1 Capital Intensity (CINT)

Capital intensity merupakan intensitas modal yang memberikan gambaran mengenai seberapa besar kekayaan yang dimiliki perusahaan untuk diinvestasikan berupa aset tetap. Aerts dan Cornier (2009) dalam Lanis dan Richardson (2013) intensitas modal dapat di jadikan menjadi bentuk tanah, mesin, bangunan, gedung dan sebagainya untuk dimiliki oleh perusahaan sebagai aset tetapnya. Dalam perusahaan aset tetap bertujuan sebagai alat penunjang jalannya operasional yang ada di perusahaan, dan bisa juga sebagai alat persediaan barang maupun jasa kepada pihak yang berkepentingan dalam jangka waktu 1 tahun atau 12 bulan.

Dalam penelitian Lanis dan Richardson (2012) membuktikan bahwa dari hasil tersebut didapatkan intensitas modal memiliki pengaruh negatif pada ETR. Hal itu dikarenakan banyak perusahaan untuk mengalokasikan investasinya menjadi aset tetap untuk dapat dihitung depresiasi yang bisa dijadikan pengurangan pada PKP (Pendapatan Kena pajak) (Gupra & Newberry, 1997).

2.1.5.2 Ukuran Perusahaan (SIZE)

Ukuran perusahaan merupakan salah satu bagian terpenting dalam perusahaan dimana ukuran perusahaan dapat mencerminkan kredibilitas perusahaan dengan salah satunya perusahaan tersebut selalu menjaga image perusahaan yang baik dimata masyarakat dan juga mengungkapkan informasi-informasi mengenai perusahaan yang relevan dan akurat, Oleh karenanya hal tersebut bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat kepada perusahaan agar dipandang baik. Cho et al (2010) dalam Lanis dan Richardson (2013) mengungkapkan bahwa ketika terdapat perusahaan dengan skala besar maka akan mengungkapkan tanggung jawab sosial yang lebih banyak dibandingkan perusahaan yang memiliki skala kecil pada *annual report* hal itu didasari oleh visibilitas perusahaan yang lebih besar dibandingkan perusahaan yang memiliki visibilitas yang tergolong kecil. Hal tersebut menandakan bahwa size berdampak positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (Lanis dan Richardson, 2013).

2.1.5.3 Return on Asset (ROA)

Return on Asset (ROA) merupakan salah satu alat untuk mengukur laba dalam bentuk ratio dimana ketika aset yang dimiliki oleh perusahaan untuk pengoperasiannya dapat memberikan keuntungan maka bisa dikatakan bahwa ROA di perusahaan tersebut berhubungan positif sekaligus mempunyai peluang yang tinggi agar dapat menambah umur perusahaan. Namun jika total aset yang dipakai tidak mendapatkan keuntungan dapat dikatakan bahwa ROA di perusahaan tersebut berhubungan negatif sekaligus akan memperlambat laju dari umur perusahaan. Lang dan Lundhlof (1996) dalam Lanis dan Richardson (2013)

ketika suatu perusahaan mempunyai kualitas kinerja baik maka akan cenderung memiliki keuntungan yang besar dalam pengungkapannya “ *good news* “ di pasar keuangan.

2.1.5.4 Market to Book Ratio

Market to Book ratio adalah ratio yang dapat mengukur adanya kesempatan untuk tumbuh dari perusahaan yang akan terjadi di masa depan. Penman (2013:141) dalam Octaviana (2014) memberikan pendapat bahwa :

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

Dalam pernyataannya dapat diartikan bahwa nilai dalam P/B rasio, berdasarkan tingkat laba di masa depan yang bertujuan untuk mendapatkan para investor. Maka dapat disimpulkan bahwa ketika tingkat keuntungan yang didapat itu tinggi terhadap nilai buku maka akan meningkatkan juga rasio P/B.

2.2. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian sebelumnya mengenai agresivitas pajak telah sering untuk diteliti, hal yang sama mengenai penelitian tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR). Akan tetapi masih jarang penelitian yang menghubungkan antara agresivitas pajak dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam pengujian teori legitimasi.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menghubungkan anatara Liputan media (favorable dan unfavorable) sebagai variabel independennya, dimana perusahaan Liputan media merupakan perusahaan yang agresvitas pajak

dan CSR sebagai variabel dependennya yang telah dilakukan oleh Craig Deegan, Michaela Rankin and John Tobin (2002) yang berjudul “*An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983-1997: A test of legitimacy theory*”. Dari penelitian itu didapatkan hasil dengan menggunakan analisis regresi yang membuktikan bahwa adanya liputan media (*unfavorable*) menunjukkan hasil positif kepada *Corporate Social Responsibility*. Penelitian berikutnya pernah dilakukan oleh Reuven S. Avi-Yonah (2006) dengan judul “*Corporate Social Responsibility and Strategic Tax Behavior*”. Dari *Strategic Tax Behavior* digunakan sebagai variabel independen dan CSR digunakan sebagai variabel dependen. Dalam penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa Reuven membuktikan bahwa perilaku strategi pajak dapat mempengaruhi CSR. Penelitian berikutnya yang sama selanjutnya mengenai agresivitas pajak yaitu Watson (2012) dengan judul “*Corporate Social Responsibility, Tax Avoidance, and Tax Aggressiveness*”. Dalam penelitiannya variabel independennya adalah CSR dan variabel dependennya agresivitas pajak. Didapatkan kesimpulan bahwa Watson mendapatkan hasil hubungan negatif dari hubungan CSR dengan tarif pajak yang berlaku, penelitian tersebut menggunakan metode regres OLS. Di tahun yang sama yaitu 2012 juga terdapat penelitian mengenai agresivitas pajak yang diteliti oleh Lanis dan Richardson (2012), dimana terdapat bukti analisis empiris untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan perusahaan yang melakukan agresivitas pajak dengan jumlah pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*). Dalam penelitian tersebut Lanis dan Richardson menggunakan Proksi ETR (*Effective Tax Rates*), dan disimpulkan bahwa dari hasil regresinya menunjukkan

bahwa perusahaan yang melakukan agresivitas pajak maka akan mengungkapkan CSR (*Corporate Social Responsibility*) perusahaannya semakin tinggi juga.

DI tahun 2013, Lanis dan Richardson melakukan penelitian yang sama dengan sebelumnya. Akan tetapi dalam penelitiannya Lanis dan Richardson menguji teori legitimasi terbarunya dengan menggunakan judul “*Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: a test of legitimacy theory*”, dimana dalam penelitian tersebut variabel independen yang digunakan adalah agresivitas pajak dan variabel dependen adalah CSR dengan menggunakan analisis model regresi OLS. Dari hasil penelitian terbarunya tersebut dihasilkan hasil yang sama dengan teori legitimasi dimana terdapat hubungan positif dan signifikan antara agresivitas pajak dengan *Corporate Social Responsibility*.

Penelitian Oleh Octaviana (2014) yang melakukan penelitian yang sama di Indonesia dengan sampel perusahaan pertambangan dan properti pada periode 2009-2012 dengan judul penelitian “Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Corporate Social Responsibility : Untuk Menguji Teori Legitimasi”. Dimana dalam penelitian tersebut variabel independen yang digunakan adalah agresivitas pajak dan variabel dependen adalah CSR dengan menggunakan analisis model regresi OLS. Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa agresivitas pajak berhubungan negatif terhadap pengungkapan CSR. Maka perusahaan yang memiliki tingkat agresivitas rendah mengakibatkan perusahaan akan mengungkapkan CSR lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang melakukan agresivitas pajak.

Penelitian Oleh Baskoro (2015) yang melakukan penelitian yang sama dengan sampel seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI pada tahun 2013 dengan judul penelitian “ Analisis Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility : Untuk Menguji Teori Legitimasi”. Dalam penelitian tersebut variabel independen adalah agresivitas pajak dan variabel dependen adalah CSR dengan menggunakan model regresi OLS. Dari hasil penelitian tersebut dihasilkan bahwa agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR dimana perusahaan yang agresivitas pajak akan mengungkapkan CSR lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang tidak melakukan agresivitas pajak. Berikut tabel ringkasan penelitian terdahulu:

Tabel 2.1

Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Peneliti	Variabel	Hasil Penelitian
1.	<i>An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983-1997. A test of legitimacy theory</i>	Craig Deegan, Michaela Rankin and John Tobin (2002)	Variabel dependen: Pengungkapan CSR Variabel Independen: Liputan media (<i>favorable</i> dan <i>unfavorable</i>) pada perusahaan agresivitas pajak.	Memberikan bukti empiris bahwa keberadaan liputan media (<i>unfavorable</i>) Berhubungan positif dengan CSR.

2.	<i>Corporate Social Responsibility and Strategic Tax Behavior</i>	Reuven S. Avi-Yonah (2006)	Variabel dependen: <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel independen: <i>Strategic Tax Behavior</i>	Perilaku strategi pajak berpengaruh terhadap <i>corporate social responsibility</i> .
3.	<i>Corporate Social Responsibility, Tax Avoidance, and Tax Aggressiveness</i>	Watson (2012)	Variabel dependen: agresivitas pajak (ETR) Variabel independen : CSR. Menggunakan analisis regresi OLS	Memberikan bukti empiris bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.
4.	<i>Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis</i>	Lanis and Richardson (2012)	Variabel dependen: agresivitas pajak (ETR). Variabel independen: CSR Menggunakan analisis regresi Tobit	Memberikan bukti empiris bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan, semakin rendah tingkat agresivitas pajak yang dilakukan.

5.	<i>Corporate Social Responsibility and Tax Agresiveness: a test of legitimacy theory</i>	Lanis and Richardson (2013)	Variabel Independen: Agresivitas pajak. Variabel Dependen: CSR. Menggunakan analisi regresi OLS	Hasil empiris secara konstan menunjukkan hubungan positif dan signifikan agresivitas pajak perusahaan dan pengungkapan CSR yang membenarkan teori legitimasi dalam konteks agresivitas pajak.
6.	<i>Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap Corporate Social Responsibility: Untuk Menguji Teori Legitimasi</i>	Octaviana, Natasya Elma (2014)	Variabel Independen: Ageresivitas pajak. Variabel Dependen: CSR. Menggunakan analisis OLS	Hasil empiris membuktikan bahwa terdapat hubungan negatif dan signifikan antara agresivitas pajak dengan CSR di perusahaan Pertambangan
7.	<i>Analisis Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility: Untuk Menguji Teori Legitimasi.</i>	Baaskoro, Rizky Bayu Aji (2015)	Variabel Independen: Agresivitas pajak. Variabel Dependen: Corporate Social Responsibility. Menggunakan analisis OLS	Hasil penelitian menunjukkan bahwa agresivitas pajak perusahaan berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan CSR. Hal ini membenarkan teori legitimasi dalam konteks agresivitas pajak.

Dalam penelitian ini, merupakan replika penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, seperti Lanis dan Richardson (2013) yang berjudul “*Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: a test of legitimacy theory*” lalu terdapat juga penelitian yang sama seperti yang telah diteliti oleh Oktaviana (2014) dan Baskoro (2015) yang meneliti tentang hubungan agresivitas pajak terhadap pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*). Akan tetapi hal tersebut akan disamakan pada konteks yang ada pada negara Indonesia. Di Indonesia sendiri masih jarang diterapkan penelitian mengenai perusahaan-perusahaan yang terindikasi melakukan agresivitas pajak untuk melakukan pengungkapan CSR lebih dibandingkan perusahaan yang tidak melakukan tindakan tersebut dengan dalih mendapatkan legitimasi terhadap masyarakat.

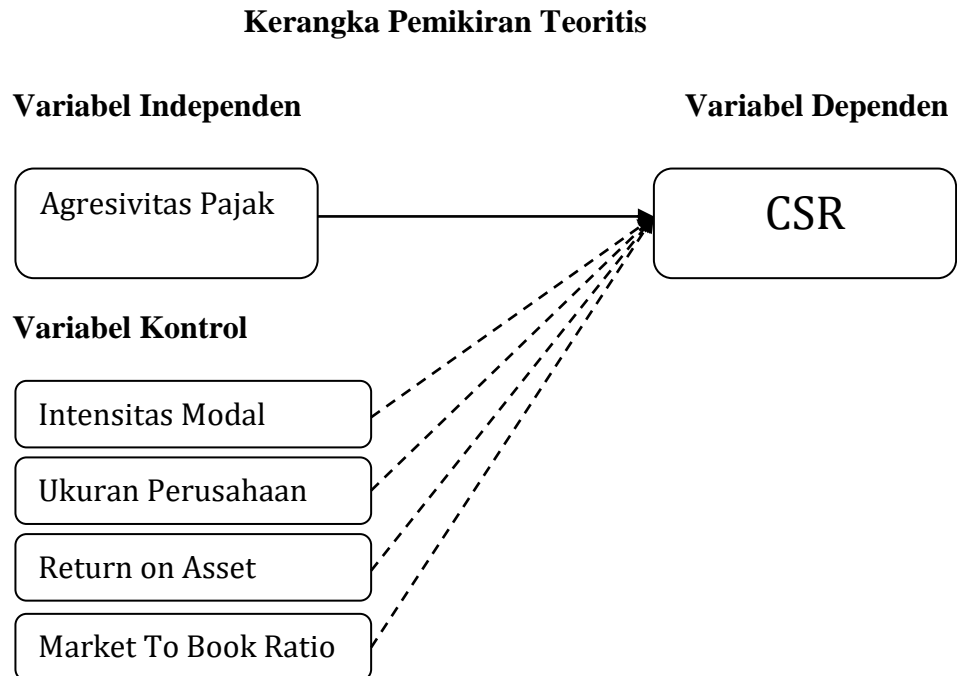
2.3 Kerangka Pemikiran

Terdapat beberapa perusahaan-perusahaan untuk mencari cara agar beban yang ditimbulkan oleh pajak di perusahaannya tersebut dapat diminimalkan salah satunya menggunakan cara agresivitas pajak atau menghindari pajak yang akan dibebankan di perusahaannya. Perusahaan-perusahaan yang telah melakukan agresivitas pajak akan lebih banyak pengungkapan mengenai CSR dibandingkan perusahaan tidak agresif pajak dikarenakan beban yang didapatkan oleh perusahaan seharusnya dikeluarkan untuk dialihkan pada CSR. Dalam pengungkapan CSR digunakan untuk memberikan bukti secara terwujud dengan adanya timbal balik terhadap masyarakat dimana dalam menjalankan operasional

perusahaan pasti tidak lepas dengan hubungan dari lingkungan sekitar dan dukungan yang ada dari masyarakat. Dengan adanya hal tersebut bertujuan untuk mendapatkan legitimasi positif dari masyarakat. Deegan (2006) dan Dillard dkk. (2004) dalam Ahmad Nurkin (2009) memberikan pendapat mengenai teori legitimasi bahwa kerangka teoritis sebagai kajian untuk tahun-tahun sebelumnya yang menjelaskan tentang organisasi melakukan pelaporan secara sukarela terhadap lingkungan.

Dalam penelitian ini menguji tentang pengaruh agresivitas pajak terhadap pengungkapan CSR apakah terdapat hubungan diantara kegiatan tersebut dalam menguji teori legitimasi. Terdapat tiga variabel di penelitian ini diantaranya yaitu variabel independen, variabel dependen, dan variabel kontrol. Untuk variabel Independen dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak dengan menggunakan proksi ETR, dimana ETR sebagai alat untuk mengukur apakah perusahaan yang nantinya dijadikan sampel terindikasi bahwa perusahaan tersebut telah melakukan agresivitas pajak atau tidak, sedangkan untuk variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan alat ukur yang digunakan yaitu sesuai dengan pengungkapan GRI (*Global Reporting Initiative*), dimana terdapat 84 indeks yang terdiri dari enam kategori yaitu meliputi lingkungan, ketenagakerjaan, hak asasi manusia, tanggung jawab produk, kemasyarakatan, dan ekonomi. Terdapat juga beberapa variabel kontrol yaitu Return on Asset (ROA), intensitas modal (CINT), Market To Book Ratio (MTBR) dan ukuran perusahaan (SIZE). Dapat disimpulkan mengenai tiga variabel tersebut dalam kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.1



2.4 Pengembangan Hipotesis

Pada dasarnya dalam melakukan kegiatan usaha tidak luput dari hubungan masyarakat dan hubungan lingkungan. Oleh karena itu hubungan tersebut dapat diwujudkan dengan adanya interaksi secara langsung oleh perusahaan kepada masyarakat dengan cara melakukan kegiatan sosial atau bisa disebut dengan kegiatan tanggung jawab sosial. Dari kegiatan tanggung jawab sosial itulah perusahaan berharap akan mendapatkan perhatian yang lebih dari masyarakat dan kesan baik terhadap perusahaan tersebut. Oleh sebab itu perusahaan perlu didorong untuk menggunakan kegiatan tanggung jawab sosial sebagai kegiatan untuk mendapatkan legitimasi oleh masyarakat. Hal tersebut juga didasari bahwa perusahaan yang baik adalah perusahaan yang dapat memenuhi harapan yang

diinginkan oleh masyarakat dan sebaliknya perusahaan yang terindikasi gagal adalah perusahaan yang tidak dapat memenuhi harapan-harapan yang diinginkan oleh masyarakat. Oleh sebab itu apa bila harapan masyarakat tidak dapat dipenuhi maka akan berakibat timbulnya informasi-informasi negatif mengenai perusahaan dan akan menurunkan nama baik dari perusahaan tersebut. Akan tetapi perusahaan juga perlu mengingat bahwa keberhasilan bukan hanya untuk melakukan hubungan lingkungan dan masyarakat semata, akan tetapi juga memperhatikan hubungan dengan para pemangku kepentingannya.

Dimana teori stakeholder menjelaskan bahwa kinerja perusahaan bukan hanya untuk mementingkan satu belah pihak saja akan tetapi juga memperhatikan semua kepentingan pihak-pihak yang berhubungan dengan kegiatan operasional perusahaan tersebut. Ghazali dan Chariri (2014) dalam teori stakeholder menyatakan bahwa perusahaan juga harus memperhatikan beberapa sektor dalam pengopreasiannya sebagai contoh sektor pemegang saham, konsumen, pemerintah, kreditor, supplier, dan pihak-pihak lain yang berhubungan dalam lingkup perusahaan. Oleh sebab itu perusahaan akan dikatakan baik ketika dapat mendapatkan hasil keuntungan yang tinggi dari tahun berjalan. Dari keuntungan yang tinggi itulah didapatkan dengan cara-cara yang tidak bertanggung jawab sebagai contohnya melakukan tindakan meminimalkan beban perusahaan. Dimana beban tersebut diantaranya yaitu beban pajak, oleh sebab itu kegiatan untuk meminimalkan beban pajak sering dilakukan oleh perusahaan. Dimana perusahaan akan merasa terbebani dengan adanya beban pajak dan beban untuk melakukan kegiatan CSR.

Pada kasus ini sering terjadi adanya perusahaan melakukan agresivitas pajak agar dapat meminimalkan beban CSR dengan mengurangi beban wajib pajak. Hal tersebut merupakan tindakan yang bukan diharapkan oleh sebagian masyarakat yang nantinya akan memunculkan permasalahan baru dan akan menimbulkan dampak negatif kepada masyarakat, dikarenakan adanya pemalsuan kemampuan pemerintah dalam menyediakan barang publik (Lanis dan Richardson, 2013). Perusahaan diwajibkan untuk membayar pajak sesuai dengan undang-undang yang berlaku, akan tetapi masih banyak perusahaan-perusahaan yang masih melanggar undang-undang pajak tersebut dengan melakukan cara-cara yang tidak bertanggung jawab salah satunya pengurangan beban pajak yang seharusnya diterima. Dengan adanya tindakan curang tersebut maka hal itu membuat fungsi dari pendapatan pajak tidak dapat berjalan dengan baik, dimana hasil dari pajak tersebut nantinya akan di tujukan untuk menyejahterakan rakyat baik dari segi pembangunan atau ekonomi. Pajak juga dapat dipandang sebagai deviden yang di bayar kepada perusahaan terhadap para masyarakat dengan tujuan timbal balik ketika menggunakan pelayanan yang ada (Harari, et. Ai, 2012).

Berdasarkan penjelasan sebelumnya bahwa ketika perusahaan telah melakukan tindakan agresivitas pajak dengan cara menurunkan tarif pajak yang harus dibayar, maka hal tersebut akan meningkatkan keuntungan yang lebih banyak dibandingkan sebelumnya. Dari kegiatan tersebut maka perusahaan akan mendapatkan keuntungan dalam hal keuangan akan tetapi perusahaan juga akan bersiap untuk mendapatkan permasalahan baru mengenai kegiatan agresivitas pajak tersebut dimana kegiatan agresivitas pajak membuat pandangan masyarakat

menjadi buruk dan merupakan kegagalan perusahaan dalam memenuhi harapan masyarakat dalam pembayaran pajaknya.

Deegan, et al (2002) mengungkapkan bahwa dalam teori legitimasi perusahaan yang terbukti melakukan kegiatan agresivitas pajak akan cenderung melakukan mengungkapkan informasi yang lebih banyak yang terkait dengan pengungkapan CSR pada berbagai bidang dengan tujuan untuk meringankan perhatian publik serta mencari simpati dari masyarakat. Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa ketika perusahaan semakin tinggi tingkat agresivitasnya maka akan meningkatkan juga pengungkapan CSRnya. Hal tersebut juga pernah diteliti dengan penelitian terdahulu yang menerapkan penelitian mengenai teori legitimasi, sebagai contoh Guthrie dan Parker (1989) dalam Lanis dan Richardson (2013) yang telah sama-sama melakukan penelitian mengenai agresivitas pajak terhadap pengungkapan CSR dimana dalam penelitian tersebut menggunakan sampel perusahaan tambang yang terdapat di negara Australia dan didapatkan hasil bahwa penelitian tersebut gagal dikarenakan dianggap tidak sesuai dengan konteksnya. Penelitian selanjutnya juga pernah dilakukan oleh Deegan, et al dalam Lanis dan Richardson (2013) dengan penelitian yang sama mengenai hubungan agresivitas pajak dengan CSR dan didapatkan hasil bahwa terjadi hubungan masyarakat dengan isu sosial, lingkungan dan pengungkapan CSR yang terdapat pada laporan tahunan yang mana terkait dengan *Corporate Social Responsibility* pada Liputan Media.

Dari hasil Pengujian tersebut bertolak belakang pada hasil penelitian Guthrie dan Parker (1989). Deegan, et al (2002) yang menyatakan bahwa

Terdapat hubungan teori legitimasi secara mendasar dalam tindakan agresivitas pajak. Serta terdapat juga penelitian yang telah diteliti oleh Lanis dan Richardson pada tahun 2013 mengenai pengaruh agresivitas pajak terhadap CSR untuk menguji teori legitimasi dan didapatkan hasil dari penelitian tersebut bahwa terdapat hubungan positif diantara kedua kegiatan tersebut.

Dari penjelasan sebelumnya masih belum ada arah konsistensi yang jelas antara hubungan agresivitas pajak terhadap CSR dalam menguji teori legitimasi, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1 : Agresivitas pajak berhubungan positif dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel diantaranya variabel independen, dependen dan kontrol. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu agresivitas pajak, variabel dependen dalam penelitian ini yaitu CSR, dan variabel kontrol dalam penelitian ini terdapat empat variabel terdiri dari CINT (*Capital Intensity*), MTBR (*Market to Book Ratio*), ROA (*Return on Asset*), dan Size. Berikut merupakan definisi dari masing-masing variabel.

3.1.1 Variabel Dependen

Variabel dependen adalah suatu nilai yang dapat dipengaruhi oleh variabel independen (variabel yang mempengaruhi) baik secara negatif ataupun positif. Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah CSR (*Corporate Social Responsibility*). Secara khusus, kami mengadopsi analisis ini untuk mengukur tingkat pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdapat di bursa efek Indonesia pada periode 2013–2016 dengan memberikan indikator sesuai dengan standar GRI (*Global Reporting Initiative*) yang terdiri dari enam kategori, yaitu ekonomi, lingkungan, keselamatan tenaga kerja, hak asasi manusia, keterlibatan masyarakat, dan tanggung jawab produk. Dimana kategori tersebut didapatkan dengan 84 item yang terdiri dari 30 item dari kategori lingkungan (*Environment*), 15 item keselamatan tenaga kerja (*Labor Safety*), 11 item hak asasi manusia (*Human Right*), 10 item keterlibatan manusia (*Human*

Involvement), 9 item tanggung jawab produk (*Product Responsibility*), dan 9 item kinerja ekonomi (*Economics*).

Pengukuran yang dilakukan ini dengan cara mencocokkan item pada check list yang diungkapkan perusahaan dengan beberapa item. Apabila dalam item y tersebut diungkapkan maka akan diberikan nilai 1, dan sebaliknya apabila dalam item y tersebut tidak diungkapkan maka akan diberi nilai 0 pada tabel check list tersebut. Maka setelah mengakumulasi item-item yang diungkapkan oleh perusahaan di dalam laporan tahunan, serta mencocokkannya pada *check list*, dalam pengungkapan item-item tersebut akan diperoleh hasil di setiap perusahaan dengan menggunakan proksi CSRI, dengan menggunakan rumus hitung CSR sebagai berikut:

$$CSR = \frac{\sum xy_i}{n_i}$$

CSRI_i : Indeks luas pengungkapan tanggung jawab perusahaan.

$\sum Xy_i$: Nilai 1 = item y diungkapkan ; Nilai 0 = item y tidak diungkapkan.

y : Item yang diharapkan untuk diungkapkan.

n_i : Jumlah item untuk perusahaan i, n_i ≤ 84.

3.1.2 Variabel Independen

Variabel Independen yaitu variabel yang dapat memberikan pengaruh terhadap variabel dependen atau sebab terpengaruhnya variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel independennya adalah agresivitas pajak. Dalam penelitian ini juga terdapat proksi utama yaitu *Effective Tax Rates* (ETR).

ETR merupakan proksi yang sering digunakan dalam mengukur agresivitas pajak perusahaan, dimana dalam penelitian sebelumnya yang sama juga menggunakan proksi ETR sebagai alat untuk mengukur iya atau tidaknya perusahaan melakukan tindakan agresivitas pajak, hal tersebut dijelaskan bahwa semakin rendah nilai ETR maka semakin besar kemungkinan perusahaan tersebut agresif (Lanis dan Richardson, 2013).

Proksi ETR dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{ETR} = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Pendapatan Sebelum Pajak}}$$

3.1.3 Variabel Kontrol

Variabel kontrol yaitu variabel yang dikendalikan secara konstan sehingga hal tersebut dapat memberikan hubungan variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat) tidak dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian. Terdapat beberapa variabel kontrol dalam penelitian ini diantaranya yaitu:

3.1.3.1 Return on Asset (ROA)

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba dari usahanya. Dalam penelitian ini ROA sebagai proksi untuk mengukur seberapa besar tingkat profotabilitas dari perusahaan. ROA diukur dengan proksi yang digunakan oleh lanis dan Richardson (2012) dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

3.1.3.2 Capital Intensity

Intensitas modal merupakan gambaran seberapa besar aset yang dimiliki perusahaan untuk di investasikan dalam bentuk aset tetap. *Capital intensity* diukur menurut Lanis dan Richard (2012) dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

3.1.3.3 Ukuran Perusahaan

Ferry dan Jones dalam Sujianto (2001) berpendapat bahwa ukuran suatu perusahaan merupakan gambaran baik besar ataupun kecil dari suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, total penjualan, rata-rata total penjualan dan rata-rata total aktiva. Dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan ukuran perusahaan adalah besarnya ukuran aset yang dimiliki oleh perusahaan. Lanis dan Richardson (2012) dalam penelitiannya berharap bahwa perusahaan yang besar kemungkinan lebih agresif dibandingkan perusahaan yang kecil karena memiliki kekuatan ekonomi dan politik yang lebih besar. Ukuran perusahaan menurut Lanis dan Richardson (2012) dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

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

3.1.3.5 Market to Book Ratio

Market to book ratio adalah rasio yang bertujuan sebagai alat ukur seberapa besar tingkat pertumbuhan yang ada di perusahaan di masa depan. Pertumbuhan tersebut merupakan salah satu tolak ukur untuk perusahaan bisa dapat berinvestasi di kemudian hari. MRTB (*Market to Book Ratio*) menurut Lanis dan Richardson (2013) dapat diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$MTB = \frac{\text{Nilai Pasar}}{\text{Nilai Buku}}$$

3.2 Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini untuk populasi dan sampel menggunakan data dari beberapa perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2013-2016. Alasannya memilih periode dan perusahaan manufaktur tersebut yaitu karena banyaknya perusahaan yang ada di Indonesia dan tertarik untuk lebih memfokuskan penelitian tersebut kepada perusahaan-perusahaan manufaktur, selain hal itu dalam data Bursa Efek Indonesia (BEI) mayoritas perusahaan-perusahaan yang tercatat adalah perusahaan manufaktur dan bukan hanya itu juga, dikarenakan banyak kasus mengenai agresivitas pajak yang terdapat di perusahaan manufaktur dibandingkan perusahaan lainnya.

Dalam pengambilan sampelnya penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, dimana *purposive sampling* adalah pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan atau ditentukan sendiri subjeknya dari peneliti.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Dari data penelitian ini menggunakan data kuantitatif dan bersumber dari jenis data sekunder. Data-data yang digunakan menggunakan data dari laporan perusahaan khususnya keuangan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2013 – 2016. Data yang digunakan berupa data panel untuk perusahaan-perusahaan manufaktur yang listing di BEI pada tahun 2013-2016 secara berurutan-turut dan diambil melalui situs *Bloomberg*.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data menggunakan metode studi pustaka. Dimana metode yang digunakan ini menggunakan metode pengumpulan data dengan cara melihat dari telaah pustaka, eksplorasi dan mengkaji beberapa sumber baik dari Jurnal, *Bloomberg*, buku dan sumber lainnya yang terkait dalam penelitian ini. Metode dalam mendokumentasikan penelitian ini yaitu menggunakan metode pengumpulan data sekunder yang bersumber dari sumber yang ada.

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskripsi adalah deskripsi atau sebuah gambaran dari data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, minimum dan maksimum. Ghazali (2011) menyatakan bahwa statistik deskriptif memberikan suatu deskriptif atau gambaran data yang dapat dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, sum, range, maksimum, minimum, *kurtosis* dan *skewness* (kemencengan distribusi).

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang dilakukan ada 4 macam yaitu: uji multikolienaritas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas. Dalam penelitian ini akan di tiadakan uji multikolienaritas dikarenakan variabel independen yang ada di penelitian ini hanya memiliki satu variabel yaitu agresivitas pajak.

3.5.2.1 Uji Normalitas

Dalam uji normalitas suatu data di uji apakah data tersebut dapat didistribusikan secara normal atau tidak, dimana ketika data yang baik maka akan menghasilkan pendistribusian secara normal. Uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah model variabel dependen maupun independen mempunyai distribusi secara normal atau tidak (Ghozali, 2011).

Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov*. Dimana dalam uji *Kolmogorov-Smirnov* dapat dirumuskan menggunakan hipotesis:

H₀ : Hasil data berdistribusi normal

H_A : Hasil data tidak berdistribusi normal

3.5.2.2 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah alat uji untuk menguji apakah model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode tertentu dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Model regresi yang baik yaitu regresi yang bebas dari autokorelasi. Dalam pengujian ini akan menggunakan uji

Durbin-watson (DW test) yang mensyaratkan adanya konstanta (intercept) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi di antara variabel independen (Ghozali, 2013). Mekanisme pengujian Durbin Watson menurut Gujarati (2013) adalah :

1. Merumuskan hipotesis :
 - Ho : tidak terdapat autokorelasi ($r = 0$)
 - Ha : terdapat autokorelasi ($r \neq 0$)
2. Menentukan adanya nilai d hitung (Durbin–Watson)
3. Disesuaikan dengan sampel dan jumlah dari variabel independen, dan menilai batas atas (du) dan menilai batas bawah (dl) pada tabel.
4. Dapat dirumuskan dengan kriteria sebagai berikut :

No	Rumus	Keterangan
1	$0 < dw < dl$	H0 : Hasil ditolak & terdapat autokorelasi positif.
2	$dl \leq dw \leq du$	Terdapat pada daerah yang tidak bisa memberikan keputusan : Hasil tidak dapat memberikan kesimpulan.
3	$du < dw < (4 - du)$	H0 : Hasil diterima & tidak terdapat autokorelasi
4	$(4 - du) \leq dw \leq (4 - dl)$	Terdapat pada daerah yang tidak bisa memberikan keputusan : Hasil tidak dapat memberikan kesimpulan.
5	$(4 - dl) < dw < 4$	H0 : Hasil ditolak & terdapat autokorelasi positif

3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah alat uji untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaa atau korelasi model regresi yang terjadi pada variance dari residual satu dengan residual lainnya. Terdapat beberapa cara dalam melakukan uji heteroskedastisitas, salah satunya menggunakan metode chart (diagram

scatterlot) keterangan sebagai berikut:

1. Jika terdapat pola tertentu berbentuk titik – titik yang saling bergerombol terlihat terbentuk pola dengan teratur (seperti melebar, menyempit, dan bergelombang) maka dapat dikatakan telah terindikasikan terjadinya heteroskedastisitas.
2. Jika terdapat pola yang jelas dan terlihat titik–titik menyebar baik ke bawah atau ke atas angka 0 dan pada sumbu Y, dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011).

Dengan anggapan t hasil lebih tinggi dibanding t tabel, maka H_A yang menyatakan variabel independen secara individu dapat mempengaruhi variabel dependen.

3.5.3 Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan yang mengacu pada populasi. Data kemudian digunakan untuk memeriksa kelayakan dari suatu pernyataan. Maka uji hipotesis adalah suatu prosedur yang berdasarkan pada bukti sampel dan teori probabilitas untuk menentukan apakah suatu hipotesis merupakan pernyataan yang tepat.

3.5.3.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Ghozali (2011) yaitu koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam rangka menerangkan variasi variabel dependen. Untuk itu nilai koefisien determinasi yaitu antara 0 dan 1. Gujarati (2003) dalam (Ghozali, 2011) menyatakan bahwa jika dalam uji empiris

didapatkan nilai adjusted R^2 negatif, maka nilai dari adjusted R^2 dianggap nol.

3.5.3.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Ghozali (2011) menyatakan pada dasarnya uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimaksud dalam model mempunyai dampak secara langsung terhadap variabel dependen. Dalam pengujian ini menggunakan *quick look* dimana H_0 dapat ditolak dengan tingkat kepercayaan 5% dan jika nilai F lebih dari 4 dan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel yang berarti nilai F hitung $>$ F tabel maka H_0 ditolak dan H_A diterima.

3.5.3.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Ghozali (2011) menyatakan bahwa uji t pada dasarnya hanya memberikan seberapa jauh dampak satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Untuk menentukan pengujian nilai t dengan cara menggunakan metode *quick look* dimana jika df adalah 20 atau lebih dan derajat tingkat kepercayaan sebesar 5% maka H_0 yang menyatakan $b_i=0$ dapat ditolak, bila nilai t lebih besar dari 2 dan dengan cara perbandingan antara nilai t hasil dengan titik kritis yang terdapat pada tabel. Dengan anggapan nilai t hasil lebih tinggi dibandingkan nilai t tabel, maka dapat disimpulkan H_A yang menyatakan variabel independen secara individu dapat mempengaruhi variabel dependen.

3.5.4 Analisis Regresi

Analisis regresi OLS (*Ordinary Least Square*) digunakan untuk mengetahui pengaruh utama dan pengaruh interaksi pada variabel independen

kategorikal dan variabel dependen metrik. Pengaruh utama atau main effect adalah pengaruh langsung variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan pengaruh interaksi adalah pengaruh bersama atau join effect dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011). Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi OLS. Persamaan regresi OLS untuk uji hipotesis penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$TCSR_{it} = \alpha_0 + \beta_1 ETR_{it} + \beta_2 CINT_{it} + \beta_3 MKTBK_{it} + \beta_4 ROA_{it} + \beta_5 SIZE_{it} + e$$

Keterangan:

TCSR : Pengungkapan item CSR perusahaan

α_0 : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$: Koefisien regresi

ETR_{it} : Agresivitas pajak perusahaan yang diukur menggunakan Proksi ETR

ROA_{it} : Tingkat pengembalian aset perusahaan

MKTBK_{it} : Market to book ratio perusahaan

CINT_{it} : Intensitas Modal perusahaan

SIZE_{it} : Tingkat ukuran perusahaan

e : Error

Dalam statistik di atas suatu hipotesis dapat diterima jika tingkat signifikansi 5%, dan jika tingkat signifikansi dari hasil analisis kurang dari 0,05 maka hipotesis diterima.

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab empat ini terdapat penjelasan tentang hasil dari penelitian yang telah dilakukan dan juga bagaimana hasil dari analisis penelitian tersebut. Dalam bab ini terdapat empat bagian yang terdiri atas deskripsi objek penelitian, analisis statistik deskriptif yang merupakan gambaran dari variabel penelitian, analisis statistik regresi OLS dan yang terakhir analisis pengujian kesesuaian model regresi OLS. Untuk penjelasan lebih rinci dari hasil dan pembahasan penelitian sebagai berikut.

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar atau terlisting di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2013-2016. Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, dimana dalam menentukan sampel penelitian menggunakan syarat atau kriteria tertentu. Syarat atau kriteria tertentu dalam penelitian ini diantaranya perusahaan yang melaporkan laporan tahunannya secara berturut-turut pada tahun 2013–2016, terdapat pengungkapan CSR di dalam laporan tahunannya, dalam laporannya tidak mengalami kerugian baik fiscal maupun komprehensif atau sesuai dengan ketentuan dalam perhitungan ETR. Ringkasan pengambilan sampel penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.1
Ringkasan Pengambilan Sampel Penelitian

Kriteria Sampel	Tahun			
	2013	2014	2015	2016
Jumlah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	140	143	149	150
Perusahaan yang tidak melaporkan CSR	(6)	(6)	(4)	(12)
Perusahaan yang tidak memiliki data lengkap di <i>Bloomberg</i>	(86)	(89)	(97)	(90)
Jumlah perusahaan sampel per tahun			48	
Jumlah sampel 2013-2016			192	
Data outlier			(24)	
Sampel akhir			168	

Berdasarkan dari hasil tabel 4.1 bahwa terdapat 48 sampel perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini dimana data tersebut diambil pada kurun waktu empat tahun yaitu di tahun 2013, 2014, 2015, dan 2016. Maka dari empat tahun tersebut terdapat total 192 perusahaan manufaktur yang dapat diteliti dikarenakan sesuai dengan kriteria dan syarat dalam penelitian ini. Setelah melalui tahap pengolahan data di SPSS ternyata terdapat 24 outlier atau 24 perusahaan yang harus dihilangkan dalam penelitian tersebut dikarenakan data tersebut tidak sesuai dengan rata-rata sampel pada umumnya, sehingga dapat diakumulasi jumlah sampel akhir untuk penelitian ini berjumlah 168 perusahaan manufaktur.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Statistik Deskriptif

Dalam penelitian ini statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai suatu nilai maksimum, nilai minimum, nilai rata-rata (*mean*), dan standar deviasi sampel.

Tabel 4.2
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSRD	168	0,01	0,48	0,2059	0,10206
ETR	168	0,06	0,94	0,2861	0,15008
CINT	168	0,04	0,80	0,3470	0,17522
MTBR	168	0,09	62,93	4,0062	8,61313
ROA	168	0,00	0,56	0,1345	0,11208
SIZE	168	25,27	33,20	28,9704	1,64991
Valid N (listwise)	168				

Sumber: Data sekunder yang diolah menggunakan SPSS, 2017

Berdasarkan hasil dari tabel 4.2 untuk interpretasi hasil uji berjumlah 168 perusahaan manufaktur. dapat lihat bahwa rata-rata CSRD sebesar 0,2059 dengan standar deviasi sebesar 0,09678. Maka hasil tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan CSR yang dilakukan oleh seluruh perusahaan memiliki rata-rata sebesar 20,59% dalam pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Dari hasil pengungkapan tersebut pengungkapan CSR tergolong cukup rendah. Selain itu nilai CSRD terendah dalam penelitian ini sebesar 0,01 pada perusahaan Ricky

Putra Globalindo Tbk (RICY), dan nilai tertinggi yaitu sebesar 0,48 pada perusahaan Semen Indonesia Persero (SMGR).

Pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa rata-rata ETR sebesar 0,2861 dengan standar deviasi sebesar 0,15008. Maka dari hasil tersebut menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan manufaktur memiliki nilai ETR sebesar 28% dimana hal tersebut cukup tinggi dan terindikasi tidak melakukan agresivitas pajak. Selain itu nilai ETR terendah dalam penelitian ini sebesar 0,06 yang terdapat pada perusahaan Akasha Wira International Tbk (ADES), dan nilai tertinggi yaitu sebesar 0,94 yang terdapat pada perusahaan Nusantara Inti Corpora Tbk (UNIT).

Pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa rata-rata CINT sebesar 0,3470 dengan standar deviasi 0,17522. Maka besarnya rata-rata perusahaan untuk menginvestasikan asetnya dalam bentuk aset tetap sebesar 34,7%. Selain itu nilai CINT terendah yaitu sebesar 0,04 yang terdapat pada perusahaan Duta Pertiwi Nusantara (DPNS), dan nilai tertinggi yaitu sebesar 0,80 yang terdapat pada perusahaan Nusantara Inti Corpora (UNIT).

Pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa rata-rata MTBR sebesar 4,0062 dengan standar deviasi 8,61313. Maka besarnya rata-rata tingkat pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang sebesar 4,0062%. Selain itu nilai MTBR terendah yaitu sebesar 0,09 yang terdapat pada perusahaan Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (AISA), dan nilai tertinggi yaitu sebesar 62,93 yang terdapat pada perusahaan Unilever Indonesia Tbk (UNVR).

Pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa rata-rata ROA sebesar 0,13448 dengan standar deviasi 1,112079. Hasil ini menunjukkan bahwa rata-rata laba bersih yang

didapatkan perusahaan sebesar 13,45% dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Selain itu nilai ROA terendah yaitu sebesar 0,004 yang terdapat pada perusahaan United Tractors Tbk (UNIT), dan nilai tertinggi yaitu sebesar 0,564 yang terdapat pada perusahaan Unilever Indonesia (UNVR).

Pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa rata-rata SIZE sebesar 28,9740 dengan standar deviasi 1,64991. Hasil ini menunjukkan bahwa rata-rata total aset yang dimiliki perusahaan sebesar 28,9740%. Selain itu nilai SIZE terendah yaitu sebesar 25,27 yang terdapat pada perusahaan Duta Pertiwi Nusantara Tbk (DPNS) dan nilai tertinggi yaitu sebesar 33,20 yang terdapat pada perusahaan Astra International Tbk (ASII).

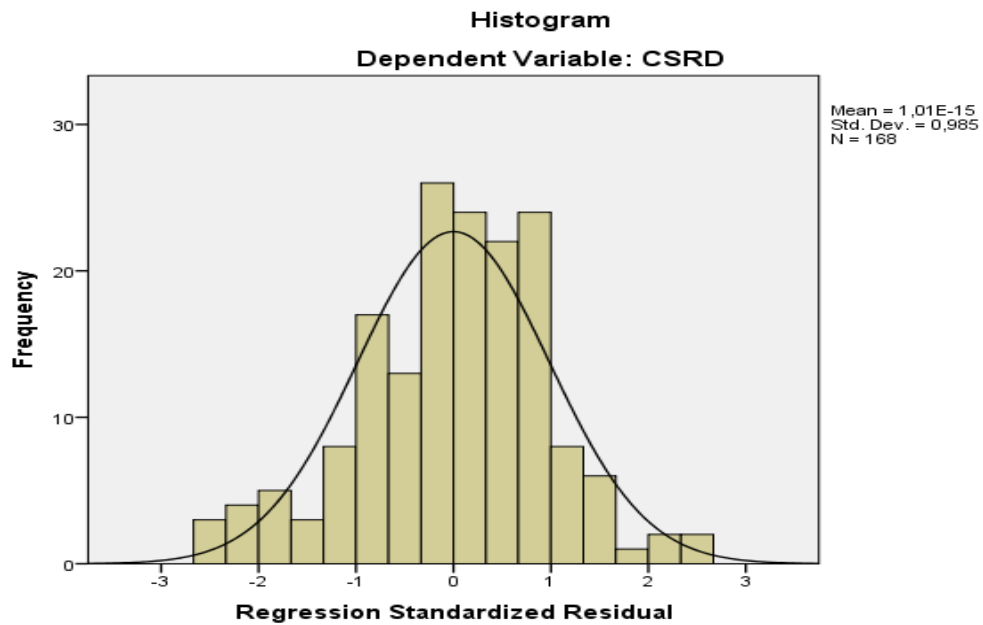
4.2.2 Uji Asumsi Klasik

4.2.2.1 Uji Normalitas

Dalam penelitian ini pengujian ingin mengetahui apakah model regresi yang diuji dapat terdistribusikan secara normal atau tidak. Dimana dari model yang baik akan menghasilkan data yang dapat terdistribusi secara normal. Dalam pengujiannya terdapat dua cara yaitu menggunakan uji Kolmogorov-smirnov dan uji grafik. Berikut gambar grafik histogram regresi dan uji normalitas p-plot dari uji normalitas:

Gambar 4.1

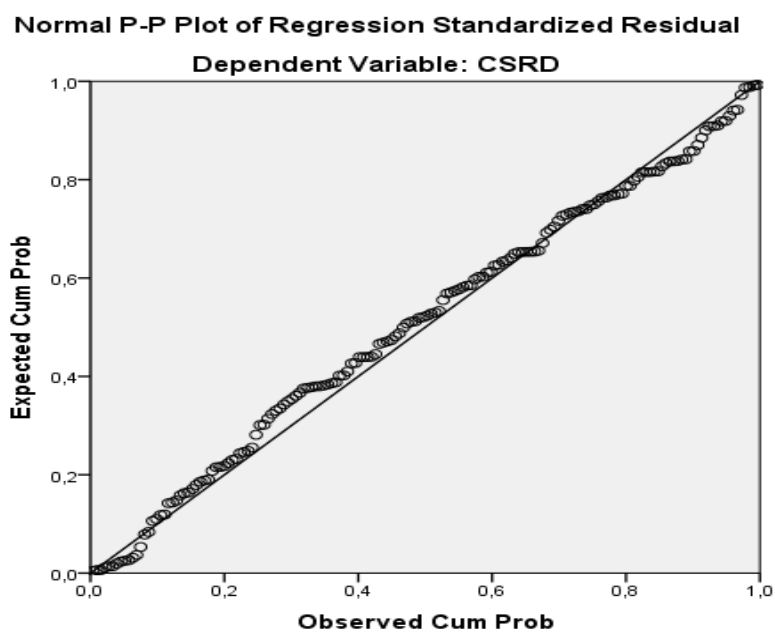
Grafik Histogram Regresi



Sumber data sekunder diolah menggunakan SPSS,2017

Gambar 4.2

Grafik Uji Normalitas P-Plot



Sumber data sekunder diolah menggunakan SPSS,2017

Dari hasil uji grafik menunjukkan bahwa pada model regresi yang diuji dapat terdistribusi dengan baik. Hal tersebut didasari pada grafik histogram dan normal *probability plot of regression standardized*. Sebagai contoh pada gambar grafik histogram 4.1 yang menggambarkan pola distribusi yang normal atau tidak terdapat titik yang menggambarkan pola distribusi yang melenceng (*skewness*) sedangkan pada gambar 4.2 normal *probability plot* menggambarkan plotting data residual yang mengikuti garis diagonalnya. Gambar grafik dalam uji normalitas sebagai berikut.

Tabel 4.3
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		168
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	0,37578059
	Absolute	0,058
Most Extreme Differences	Positive	0,048
	Negative	-0,058
Kolmogorov-Smirnov Z		0,754
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,620

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber data sekunder diolah menggunakan SPSS,2017

Selain dengan pengujian menggunakan grafik dalam uji normalitas diperlukan juga uji komogorov-smirnov. Hal tersebut dikarenakan pengujian

dengan grafik masih dapat terjadi kesalahan oleh sebab itu dilakukan uji komogorov- smirnov sebagai pelengkap hasil yang diperoleh. Pada tabel 4.3 dapat di tunjukan untuk nilai kolmogrov-smirnov sebesar 0,754 dan nilai profitabilitasnya sebesar 0,620. Maka dapat disimpulkan bahwa hasil dari uji Kolmogorov-smirnov menunjukkan hasil regresi terdistribusi secara normal dikarenakan dari hasil uji tersebut menunjukkan tingkat signifikansi diatas 0,05.

4.2.2.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi diperuntukan untuk menguji apakah dalam melakukan model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pada pengganggu di periode t dengan kesalahan penggaung di periode t-1 atau sebelumnya. Maka jika terjadi korelasi, bisa dikatakan ada problem autokorelasi. Ghozali (2011) menyatakan bahwa model regresi yang baik yaitu regresi yang bebas dari adanya autokorelasi. Oleh sebab itu untuk mendeteksi adanya autokorelasi dapat menggunakan uji *Durbin-Watson*. Berikut hasil dari uji autokorelasi:

Tabel 4.4
Uji Durbin Watson

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,562 ^a	0,315	0,294	0,38154	2,103

a. Predictors: (Constant), SIZE, ROA, CINT, ETR, MTBR

b. Dependent Variable: CSR

Sumber data sekunder diolah menggunakan SPSS,2017

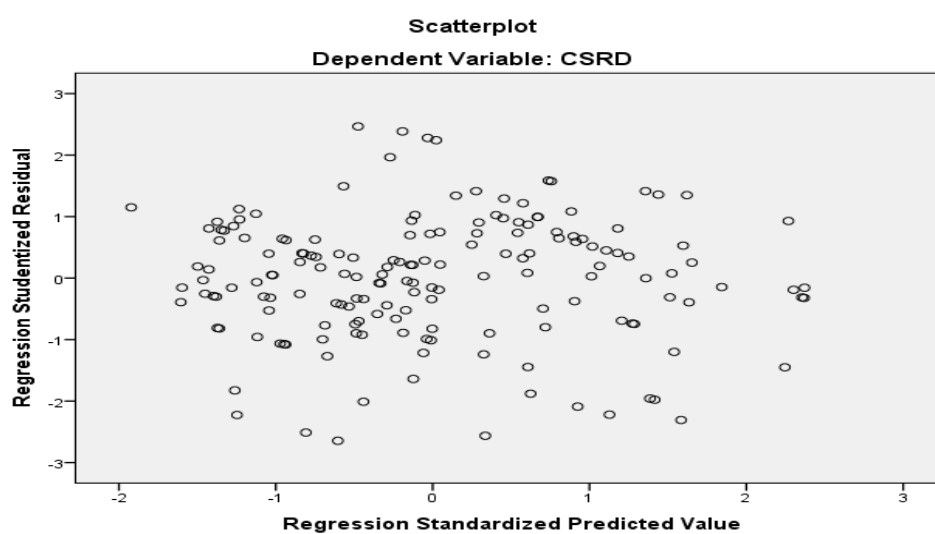
Pada tabel 4.4 dihasilkan bahwa hasil uji *Durbin-Watson* menunjukkan

nilai sebesar 2,103. Berdasarkan nilai dari signifikansi 5% dengan jumlah sampel 168 (n) dan variabel independen satu ($k=1$), maka di tabel Durbin-Watson didapatkan nilai batas atas sebesar (du) 1,76223 dan batas bawah sebesar (dl) 1,73887. Maka berdasarkan hasil dari uji Durbin-Watson diatas dapat dibuktikan bahwa model regresi tidak terdapat adanya autokorelasi. Hal ini ditunjukkan dengan nilai DW 2,103 lebih besar dibandingkan nilai (du) 1,76223 dan lebih kecil dibandingkan nilai ($4 - (du)$) 2,26113.

4.2.2.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan alat uji untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Oleh karena itu dalam pengujian ini model regresi yang baik yaitu regresi yang mengalami homoskedesitas dimana suatu varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya terjadi hubungan yang tetap.

Gambar 4.3 Grafik Scaterplot



Sumber data sekunder diolah menggunakan SPSS,2017

Grafik scatterplot pada gambar 4.3 memberikan bukti bahwa titik penyebaran secara acak dan tersebar diatas angka nol maupun dibawah angka nol. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa model regresi yang diuji tidak mengalami heteroskedastisitas, sehingga dapat dikatakan bahwa agresivitas pajak dapat digunakan untuk memprediksi *corporate social responsibility*.

Dalam pengujian scatterplot ini belum tentu kebenarannya dikarenakan masih memiliki kelemahan diantaranya yaitu pengamatan pada sampel kecil yang mempengaruhi hasil dari plotting, Oleh karena itu perlu untuk melakukan uji statistik agar mendapatkan hasil yang lebih detail. Dalam pengujian statistik alat yang digunakan yaitu menggunakan alat uji glejser dimana alat uji ini dilakukan dengan cara meregreskan variabel independen terhadap nilai absolut residual. Apabila nilai dari signifikansi masing–masing variabel lebih besar dari 0,05 maka model regresi tersebut bebas dari heteroskedastisitas. Berikut tabel hasil uji gljser dari penelitian ini:

Tabel 4.5
Uji Glejser

		Coefficien ^a
	Model	Sig.
	(Constant)	0,811
	ETR	0,854
	CINT	0,517
1	MTBR	0,439
	ROA	0,441
	SIZE	0,293

Sumber data sekunder diolah menggunakan SPSS, 2017

Dari hasil tabel 4.5 dapat disimpulkan bahwa variabel Independen dan

variabel kontrol memiliki nilai signifikan yang melebihi dari nilai 0,05. Makah hal ini menunjukkan model regresi pada uji glejser bebas dari heteroskedastisitas.

4.2.3 Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini metode anaisis data yang digunakan adalah regresi *Ordinary Least Square* (OLS). Dimana analisis regresi OLS berfungsi untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Uji hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

4.2.3.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Ghozali (2011) menyatakan bahwa koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 4.6
Hasil Uji Determinasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,562 ^a	0,315	0,294	0,38154	2,103

a. Predictors: (Constant), SIZE, ROA, CINT, ETR, MTBR

b. Dependent Variable: CSR

Sumber data sekunder diolah menggunakan SPSS, 2017

Berdasarkan tabel 4.6 model *summary* didapatkan *adjusted R²* dengan nilai sebesar 0,294. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa hanya 29,4% variasi variabel independen (ETR) dan empat variabel kontrol dapat menjelaskan terhadap variasi variabel dependen (CSR). Sedangkan sisanya yaitu sebesar

70,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang terdapat di luar model dalam penelitian ini.

4.2.3.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Dalam uji statistik F diperuntukan untuk mengetahui apakah dalam variabel yang terdapat dalam model regresi dapat mempengaruhi secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Tabel 4.7

Uji Statistik F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	10,861	5	2,172	14,922	0,000 ^b
1	Residual	23,582	162	0,146		
	Total	34,443	168			

Sumber data sekunder diolah menggunakan SPSS, 2017

Berdasarkan tabel 4.7 dapat disimpulkan bahwa hasil uji F sebesar 14,922 dengan probabilitas 0,000. Maka hasil tersebut dapat menandakan bahwa variabel independen ETR dan variabel kontrol (CINT, MTBR, ROA, Size) dapat mempengaruhi secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu CSR. Hal tersebut dikarenakan nilai probabilitas dalam tabel lebih kecil dibandingkan dengan nilai 0,05.

4.2.3.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Dalam penelitian ini Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pada satu variabel independen (ETR) terhadap variabel dependen (CSR) dan variabel kontrol yaitu CINT, MTBR, ROA dan Size.

Tabel 4.8
Hasil Uji Statistik t

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Collinearity	
	Coefficients		Coefficients			Toleranc	VIF
	B	Std. Error	Beta			e	
(Constant)	-4,953	0,668		-7,410	0,000		
1 ETR	-0,162	0,079	-0,151	-2,062	0,041	0,787	1,271
CINT	0,071	0,055	0,090	1,279	0,203	0,845	1,183
MTBR	-0,111	0,036	-0,280	-3,095	0,002	0,517	1,935
ROA	0,048	0,040	0,099	1,190	0,236	0,608	1,646
SIZE	0,142	0,020	0,562	7,222	0,000	0,698	1,432

Sumber data sekunder diolah menggunakan SPSS, 2017

Dapat disimpulkan pada tabel 4.8 dengan hasil uji OLS *regression* maka dapat dijelaskan sebagai berikut

1. Hipotesis satu (H1) dapat dikatakan bahwa agresivitas pajak (ETR) berpengaruh positif terhadap CSR. Dalam penelitian ini agresivitas pajak diukur dengan menggunakan ETR (*Efective Tax Rate*). Dari hasil tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai beta dari ETR sebesar -0,162 dengan nilai t hitung sebesar -2,062 dan signifikansi sebesar 0,041. Bahwa hal tersebut menunjukkan variabel agresivitas pajak (ETR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR pada $\alpha=5\%$. Hal ini dikarenakan tanda negatif pada koefisien variabel ETR menandakan perusahaan yang agresivitas pajak dan berhubungan positif antara agresivitas pajak dengan CSR. Maka dapat di jelaskan jika ETR yang rendah menunjukkan tingkat