

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, ROA,
LEVERAGE, SIZE TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK**

**THE IMPACT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, ROA,
LEVERAGE, SIZE TO TAX AVOIDENCE**

Della Dwi Rahayu

della.17080304089@mhs.unesa.ac.id
Universitas Negeri Surabaya

Eko Wahjudi

ekowahjudi@unesa.ac.id
Universitas Negeri Surabaya

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the effect of corporate social responsibility, ROA, Leverage, and Size on tax aggressiveness which is proxied by effective tax rate. This research uses a purposive sampling method by setting several criteria and uses secondary data, namely data on manufactured companies listed in IDX on period 2019 and uses time series data. All of population research is 189 companies and getting sample results of 33 companies, data is obtained through access to the official IDX and NCSR websites, this research uses multiple linear regression analysis. The results of the research showed significant and positive effect results between the economic, environmental, social dimensions of CSR on tax aggressiveness, variable ROA, and size also showed significant and positive effect results on tax aggressiveness, while the result of leverage on tax aggressiveness is showed significant and negative effect.

Keywords: *CSR, Leverage, ROA, Size, Tax Aggressiveness.*

ABSTRACT

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh corporate social responsibility, ROA, Leverage, dan Size terhadap agresivitas pajak yang diprosikan dengan tarif pajak efektif. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dengan menetapkan beberapa kriteria dan menggunakan data sekunder yaitu data perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2019 dan menggunakan data time series. Populasi penelitian seluruhnya adalah 189 perusahaan dan mendapatkan hasil sampel sebanyak 33 perusahaan, data diperoleh melalui akses website resmi BEI dan KNKT, penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan hasil pengaruh yang signifikan dan positif antara dimensi ekonomi, lingkungan, sosial CSR terhadap agresivitas pajak, variabel ROA, dan ukuran juga menunjukkan hasil yang signifikan dan positif terhadap agresivitas pajak, sedangkan hasil leverage terhadap agresivitas pajak adalah menunjukkan pengaruh yang signifikan dan negatif.

Kata kunci: *Agresivitas Pajak, CSR, Leverage, ROA, Ukuran.*

1. PENDAHULUAN

Pendapatan negara merupakan peranan penting bagi keuangan negara, pendapatan negara digunakan untuk membiayai seluruh pembiayaan dan program yang telah dijalankan oleh pemerintah demi kesejahteraan rakyat. Menurut badan pusat statistik indonesia realisasi pendapatan negara dapat ditingkatkan melalui pajak penghasilan. Pajak penghasilan merupakan salah satu penerimaan pajak keuangan dalam negeri, namun pada tahun 2018-2019 pendapatan negara yang diterima melalui pajak penghasilan semakin menurun nilainya yang dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Realisasi Pendapatan Negara 2018-2019 (dalam Miliar Rupiah)

Sumber Penerimaan	Estimasi Pendapatan	Pendapatan Netto	Realisasi Pendapatan (%)
Pajak Penghasilan tahun 2018	855.133,46	749.986,23	87,70
Pajak Penghasilan tahun 2019	894.448,65	772.275,38	86,34

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2019

Tabel 1 menjelaskan tentang realisasi pendapatan negara, penerimaan pajak penghasilan tahun 2018 sebesar 87,70% dan pada tahun 2019 menjadi sebesar 86,34%, dapat dilihat realisasi pendapatan negara pada tahun 2018 dan 2019 mengalami penurunan yang menyebabkan kurang maksimal dalam mencapai estimasi pendapatan yang telah ditetapkan. Permasalahan tersebut diduga terjadi karena pemerintah kurang maksimal untuk mengatasi masalah pajak, berdasarkan hasil evaluasi salah satu penyebab permasalahan realisasi pajak adalah agresivitas pajak (Yoehana, 2013).

Agresivitas pajak adalah rangkaian kegiatan yang bertujuan untuk meminimalkan tanggungan pajak terutang. Menurut (Kurniasih & Ratna Sari, 2013) agresivitas pajak merupakan aktivitas mengurangi pajak dengan cara legal dan illegal. Cara yang lazim digunakan dalam melakukan perencanaan pajak adalah melalui penghindaran pajak (*tax avoidance*). *Tax avoidance* merupakan langkah yang dapat dilakukan perusahaan sebagai wajib pajak untuk meminimalisir tanggungan pajak tanpa adanya perselisihan dengan otoritas pajak karena dianggap belum melanggar peraturan perpajakan yang ditentukan sehingga hal tersebut dapat berakibat terjadinya agresif pajak. Menurut (Rita Susanti & Budiasih, 2019) menyatakan bahwa kebijakan perpajakan di Indonesia yang mewajibkan wajib pajak untuk melaporkan pajak penghasilan secara individu mengakibatkan banyaknya kecurangan yang dapat dilakukan oleh wajib pajak.

Perusahaan termasuk dalam salah satu subjek wajib pajak yaitu wajib pajak penghasilan badan, perusahaan memiliki tujuan utama memperoleh laba yang maksimal, sehingga pajak dianggap membebani yang berakibat mengurangi laba perusahaan. Menurut (Yoehana, 2013) perusahaan yang melaporkan kewajiban pajak badan secara individu akan cenderung lebih banyak kesempatan untuk melakukan agresif pajak, perusahaan akan berusaha melakukan perencanaan pajak (*tax planning*). Menurut (Wibisono, 2007) salah satu kegiatan perencanaan yang dilakukan perusahaan guna mengurangi pembayaran beban pajak terutang yang dilakukan melalui skema peraturan perpajakan dan undang-undang, tetapi masih dalam kondisi aman dan tidak menimbulkan perselisihan antara perusahaan dan otoritas pajak adalah definisi dari *tax planning*. (Hjh et al., 2014) menyatakan bahwa perusahaan yang membayarkan pajak secara jujur berakibat menimbulkan pertentangan dengan tujuan utama perusahaan, sehingga menekan biaya beban pajak dijadikan sebuah solusi. Menurut (Yoehana, 2013)

pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan merupakan salah satu faktor terjadinya agresivitas pajak.

Corporate social responsibility merupakan kegiatan yang direncanakan perusahaan secara berkelanjutan yang memberikan manfaat baik kepada seluruh komunitas masyarakat setempat dan dapat menjadikan peningkatan taraf hidup dari karyawan (Wibisono, 2007). Perusahaan harus memberikan keseimbangan kepada seluruh pihak terkait agar kegiatan operasional dan manajemen berjalan dengan baik. Program CSR ini adalah bentuk kepedulian perusahaan yang wajib dilakukan demi tercapainya legitimasi masyarakat. Perusahaan yang melakukan aktivitas tanggungjawab sosial dengan baik akan mendapatkan perhatian dari seluruh stakeholders maupun shareholders yang dapat meminimalkan ancaman dan tekanan dari pihak eksternal (Adisamartha & dan Noviari, 2015). Kegiatan CSR ini telah ditetapkan dan diwajibkan oleh pemerintah sebagai bentuk kontribusi perusahaan. Menurut penelitian dari (Kuriyah & Asyik, 2016) pelaksanaan CSR semakin meningkat dari tahun ke tahun peningkatan tersebut sebesar 60% dari tahun 2015. Peningkatan tersebut dikarenakan kegiatan CSR sudah diatur dan diwajibkan dalam undang-undang, namun peningkatan tersebut tidak selaras dengan data penerimaan pajak penghasilan badan yang semakin menurun, hal ini mengakibatkan dugaan adanya penghindaran pajak yang agresif oleh perusahaan.

Kegiatan CSR di Indonesia diatur dalam Pasal 66 ayat (2) butir (c) pada UU no.40 tahun 2007 (2007, 2007) tentang perseroan terbatas. Pada undang-undang tersebut disebutkan bahwa kegiatan CSR wajib dilakukan perusahaan, selanjutnya kegiatan CSR diatur dalam PP 93 Tahun 2010 pasal 1 yang menjelaskan mengenai batas pengurangan untuk biaya CSR dari penghasilan netto yaitu tidak melebihi 5%, hal ini mengakibatkan perusahaan mengeluarkan biaya lebih dalam melakukan kegiatan CSR. Kegiatan CSR dapat dilaksanakan dan dilaporkan melalui pengungkapan CSR yang diterbitkan melalui *sustainability report*.

Pengungkapan CSR (*corporate social responsibility disclosure*) oleh perusahaan didasarkan menjadi 3 dimensi yaitu dimensi ekonomi, lingkungan dan sosial. Menurut (Hoi, Wu, & Zhang, 2013) penelitian mengenai pengungkapan CSR harus dilakukan secara terpisah antar dimensi karena pada setiap dimensi tersebut memiliki relevansi yang berbeda. Penelitian terdahulu mengenai hubungan antara CSR dengan agresivitas pajak yang dilakukan oleh (Lanis & Richardson, 2015) yang meneliti mengenai perusahaan yang mengungkapkan CSR antar dimensi yang menghasilkan adanya pengaruh positif antara 3 dimensi CSR terhadap agresivitas pajak, hal ini tidak sependapat dengan hasil penelitian (Laguir, Staglianò, & Elbaz, 2015) yang menghasilkan 2 dimensi yaitu dimensi sosial dan lingkungan yang berpengaruh positif sedangkan dimensi ekonomi berpengaruh negatif. Penelitian lain juga dilakukan oleh (Nazari, Hrazdil, & Mahmoudian, 2017) yang menyatakan hasil yang bertolakbelakang yaitu terdapat pengaruh negatif antara 3 dimensi CSR terhadap agresivitas pajak. Perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR wajib melaporkan secara penuh mengenai 3 dimensi tersebut. Perusahaan mempunyai berbagai macam jenis kegiatan operasinal yang berdampak terhadap pengungkapan CSR. Menurut (Budianti & Ika Sulistyawati, 2019) faktor lain yang mempengaruhi agresivitas pajak adalah tingkat profit, tingkat utang, dan tingkat ukuran suatu perusahaan.

Tingkat profitabilitas perusahaan merupakan cerminan laba yang didapatkan perusahaan, faktor penentu beban pajak terutang adalah perhitungan dari laba neto yang dihasilkan perusahaan, semakin besar laba perusahaan yang diperoleh maka secara otomatis akan berdampak kepada kewajiban beban pajak terutang yang harus dibayar oleh pemerintah (Nugraha & Meiranto, 2015). Profitabilitas dapat dicerminkan dari ROA

perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat ROA tinggi maka akan menghasilkan beban pajak terutang yang tinggi juga, jika beban pajak yang dibayarkan rendah maka perusahaan telah melakukan agresif pajak. Penelitian terdahulu yang sejalan membahas mengenai hal tersebut adalah penelitian (Rita Susanti & Budiasih, 2019) yang membuktikan bahwa ROA mempunyai hasil pengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Kuriyah & Asyik, 2016) yang membuktikan hasil berbanding terbalik yaitu ROA mempunyai pengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Perusahaan yang memiliki ROA yang rendah akan menggunakan bantuan pihak ketiga (utang) untuk menunjang aktivitas operasi perusahaan.

Tingkat utang (*leverage*) merupakan sebuah rasio yang dapat memberikan gambaran mengenai kemampuan perusahaan menggunakan bantuan pihak eksternal (pihak ketiga) perusahaan untuk membiayai aktivitas operasi perusahaan (Kasmir, 2014). Perusahaan yang menggunakan bantuan eksternal untuk pemenuhan modal perusahaan akan memiliki beban bunga yang tinggi dan dapat mengurangi laba, hal ini secara langsung akan mengurangi beban pajak terutang perusahaan, perusahaan yang memiliki rasio utang tinggi akan menjaga konsistensi laba perusahaan guna menghindari monitoring dan menjaga kepercayaan pihak eksternal, laba yang rendah akan mengakibatkan beban pajak terutang juga rendah sehingga perusahaan yang memiliki tingkat utang tinggi akan mengalami rendah agresif pajak. Penelitian yang selaras dengan hal tersebut adalah penelitian oleh (Rita Susanti & Budiasih, 2019) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh negatif antara tingkat *leverage* terhadap agresivitas pajak, tetapi hal ini bertolak belakang dengan hasil penelitian (Hidayat, Marlina, & Utami, 2017) yang menyatakan adanya pengaruh positif antara *leverage* terhadap agresivitas pajak. Perusahaan yang memiliki tingkat utang tinggi akan memiliki tingkat profit yang rendah dan akan berakibat pada ukuran sebuah perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan tingkatan untuk mengukur klasifikasi besar kecilnya suatu perusahaan dari berbagai aspek, besarnya aset perusahaan merupakan salah satu cerminan ukuran perusahaan. Produktivitas sebuah perusahaan akan menentukan tingkat laba dan secara langsung akan mempengaruhi beban pajak perusahaan (Sutantoputra, 2009). Penelitian yang membahas mengenai hubungan ukuran perusahaan terhadap agresivitas perusahaan yaitu penelitian dari (Purwanti & Sugiyarti, 2017) yang menyatakan hasil pengaruh positif antara ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak, sedangkan pada penelitian (Hidayat et al., 2017) menyatakan hasil pengaruh negatif antara ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak.

2. TINJAUAN LITERATUR

Legitimacy Theory

Teori legitimasi adalah teori yang diciptakan untuk menyeimbangkan kebutuhan yang diperlukan masyarakat dengan tujuan perusahaan. Menurut (Deegan, 2002) teori legitimasi merupakan teori yang mendasari hubungan antara masyarakat dengan pertanggungjawaban perusahaan. Menurut (Chariri, 2008) teori legitimasi akan menekankan norma, dan adanya kontrak sosial yang mengikat antara perusahaan dan masyarakat. Perusahaan yang tidak memperhatikan kontrak sosial akan berakibat mendapatkan ancaman dari masyarakat yang menyebabkan terhambatnya aktivitas operasi perusahaan (Gray et al., 1995).

Stakeholders Theory

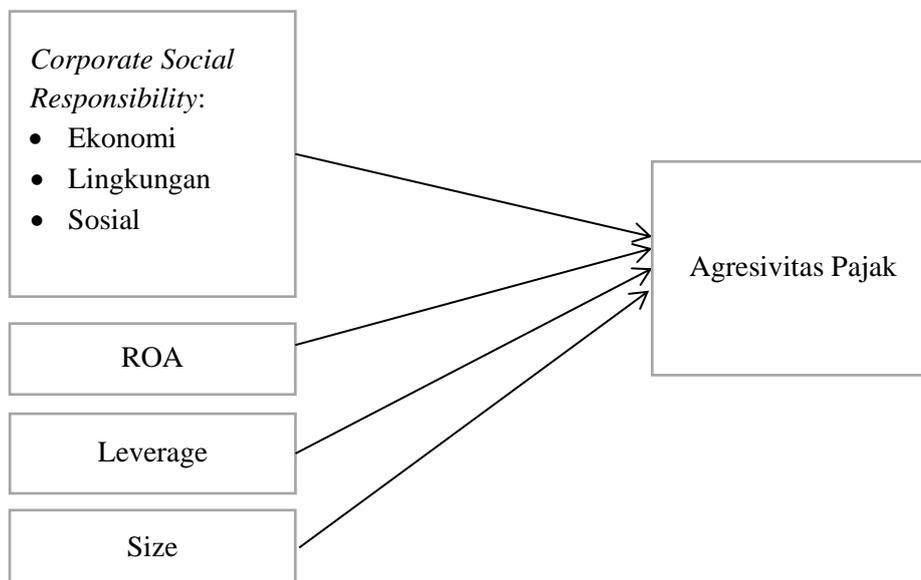
Stakeholders merupakan individu atau kelompok yang memengaruhi kepentingan serta dapat dipengaruhi pada aktivitas bisnis perusahaan. Menurut (Koswara, Verity, Ruchiat Nugraha, & Lukman, 2015) teori ini menjelaskan tentang asumsi bahwa perusahaan tidak hanya mementingkan kepentingan pribadi melainkan harus memberikan keuntungan terhadap *stakeholders*. Menurut (Wibowo, 2013) setiap entitas yang terlibat dalam perusahaan merupakan bagian penting dan mempunyai dampak bagi perusahaan. Kemampuan *Stakeholders* akan mempengaruhi kinerja dari perusahaan yaitu kemampuan dalam hal modal perusahaan (Chariri, 2008). Kemampuan modal yang diberikan *stakeholders* akan mengendalikan jalannya operasi perusahaan. Perusahaan mempunyai beban memenuhi kewajiban terhadap pemilik (*shareholder*) dan keseimbangan tanggung jawab terhadap masyarakat (*stakeholder*). Pada asumsi yang dikemukakan dari *stakeholders theory*, perusahaan mempunyai hubungan erat dengan lingkungan sosial sekitarnya.

Agency Theory

Teori agensi merupakan teori yang menjelaskan dua hubungan yang saling menguntungkan antara manager dan agent (Fitri et al., 2019). Menurut (Hogner, 1982) prinsip keagenan adalah hubungan dua orang atau lebih sebagai yang memberikan perintah dan diberikan perintah. Teori agensi terdapat kesepakatan dari manager memaksimalkan laba perusahaan, adanya kesepakatan tersebut memungkinkan manager untuk melakukan meminimalan biaya agar terjadi keseimbangan kesepakatan dengan *principle*. *Agent* merupakan pihak penting dalam perusahaan, jika terjadi perbedaan tujuan dan kepentingan antara *principle* dan *agent* dapat mempengaruhi kinerja perusahaan.

3. METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian



Gambar 1. Rancangan Penelitian

Keterangan :

- X1: CSR dimensi Ekonomi
- X2: CSR dimensi Lingkungan
- X3: CSR dimensi Sosial
- X4: ROA
- X5: *Leverage*
- X6: *Size*
- Y: Agresivitas Pajak

Populasi Dan Sampel

Penelitian ini menggunakan populasi dari seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada periode 2019 yang berjumlah 198 perusahaan, kemudian dari keseluruhan populasi akan diambil sampel menggunakan teknik *purposive sampling* sebagai objek penelitian. Kriteria pemilihan sampel adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Jumlah Sampel Penelitian

NO	KRITERIA	JUMLAH
1	Perusahaan Manufaktur yang terdaftar BEI periode 2019	189
2	Perusahaan yang tidak memiliki web	(20)
3	Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan keuangan selama 3 tahun (2017-2019)	(24)
4	Perusahaan yang tidak menerbitkan sustainability report	(70)
5	Perusahaan yang telah melaporkan rugi pada periode 2019	(42)
Jumlah Sampel		33

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Corporate Social Responsibility

Penelitian ini mengadopsi indikator dari GRI (*Global Reporting Initiative*). (GRI, 2018) merupakan indikator terbaru yang dikeluarkan oleh GRI dengan menggunakan adopsi informasi-informasi yang kritikal. Menurut (GRI, 2010) pemahaman CSR mencakup 3P yaitu *profit, planet, people*. GRI-G4 mengemukakan CSR *disclosure Index* menjadi 91 indikator yang terbagi menjadi tiga kategori yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial yang dilaporkan melalui *sustainability report*. Metode pengukuran yang digunakan untuk mengukur indikator variabel CSR adalah dengan *content analysis*.

Menurut (GRI, 2018) rumus pengungkapan CSR adalah sebagai berikut:

$$CSRDI = \frac{\sum X_{ij}}{n_i} \times 100\%$$

Keterangan:

- CSRDI = *Corporate Social Responsibility Disclosure Index*
- Nj = jumlah item pengungkapan, $n_j \leq 91$
- Xij = total dari perolehan pengungkapan, 1= jika item diungkapkan, 0 = jika item tidak diungkapkan

Agresivitas Pajak

Effective Tax Rate merupakan perhitungan rasio untuk memperoleh hasil cerminan agresivitas pajak perusahaan. Menurut (Lanis & Richardson, 2012) ETR dapat dihitung melalui rumus perhitungan sebagai berikut:

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

Return On Assets

ROA adalah salah satu gambaran profitabilitas perusahaan. Menurut (Lanis & Richardson, 2013) ROA dapat dihitung melalui rumus perhitungan sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Pendapatan sebelum pajak}}{\text{Total Aset}}$$

Leverage

Leverage merupakan rasio tingkat utang perusahaan dan pencerminan pendanaan perusahaan. Menurut (Lanis & Richardson, 2013) rasio *leverage* dapat dihitung melalui rumus perhitungan sebagai berikut :

$$\text{DER} = \frac{\text{Total utang jangka panjang}}{\text{Total aset}}$$

Size

Size merupakan strata besar kecilnya suatu perusahaan yang dilihat dari beberapa aspek. Menurut (Lanis & Richardson, 2013) ukuran perusahaan dapat dihitung melalui rumus perhitungan sebagai berikut :

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

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode dokumentasi dengan menganalisa data sekunder yang diperoleh dari situs IDX (*Indonesian Stock Exchange*) yaitu www.idx.co.id dan NCSR (*National Corporate Social Responsibility*) yaitu www.ncsr-id.org. Data yang digunakan adalah data *time series*.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Perhitungan dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 22. Penelitian ini akan disajikan hasil analisis data deskriptif dan analisis statistik parametrik yang meliputi uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi. Pendeskripsian hasil data menggunakan rata-rata keseluruhan data sampel yang telah dihitung, untuk menghitung rata-rata tersebut diperlukan perhitungan interval kelas untuk mengetahui predikat dari masing-masing variabel yang kemudian dijadikan acuan untuk membuat *rating scale*. Menurut (Sugiyono, 2013) *rating scale* merupakan penafsiran data mentah berupa angka yang dapat dijadikan untuk menafsirkan hasil secara kualitatif, hasil analisa tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3. Hasil Perhitungan Interval dan Ringkasan Kriteria

Kelas	Variabel						
	CSREC	CSRLI	CSRSO	ROA	Leverage	Size	Agresivitas Pajak
Skor Minimal	0.22	0.14	0.09	0.01	0.31	18.84	0.62
Skor Maksimal	0.74	0.53	0.51	0.20	0.82	33.49	0.99
Rata-Rata	0.49	0.32	0.27	0.08	0.62	28.32	0.77
Selisih Skor	0.52	0.39	0.42	0.19	0.51	14.65	0.37
Lebar Kelas	0.10	0.08	0.08	0.04	0.10	2.93	0.07
Kales I (Sangat Buruk)	0.22-0.32	0.14-0.22	0.09-0.17	0.01-0.05	0.31-0.41	18.84-21.77	0.62-0.69
Kelas II (Buruk)	0.33-0.43	0.23-0.31	0.18-0.26	0.06-0.10	0.42-0.52	21.78-24-71	0.70-0.79
Kelas III (Cukup)	0.44-0.54	0.32-0.40	0.27-0.35	0.11-0.15	0.53-0.63	24.72-27.65	0.80-0.87
Kelas IV (Baik)	0.55-0.65	0.41-0.49	0.36-0.44	0.16-0.20	0.64-0.74	27.66-30.59	0.88-0.95
Kelas V (Sangat Baik)	0.66-0.76	0.50-0.58	0.45-0.53	0.21-0.25	0.75-0.85	30.60-33.53	0.96-1.03

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel 2 dapat disimpulkan bahwa variabel CSR dimensi ekonomi memiliki rata-rata 0,49, sehingga pengungkapan CSR dimensi ekonomi perusahaan termasuk dalam ketegori cukup. Variabel CSR dimensi lingkungan memiliki rata-rata 0,32, sehingga pengungkapan CSR dimensi lingkungan perusahaan termasuk dalam kategori cukup. Variabel CSR dimensi sosial memiliki rata-rata 0,27, sehingga pengungkapan CSR dimensi sosial perusahaan termasuk dalam kategori cukup. Variabel ROA memiliki rata-rata 0,08, sehingga ROA perusahaan termasuk dalam kategori buruk. Variabel *Leverage* memiliki rata-rata 0,62, sehingga *Leverage* perusahaan termasuk dalam kategori cukup. Variabel *Size* memiliki rata-rata 28,32, sehingga *Size* perusahaan termasuk dalam kategori baik. Variabel Agresivitas Pajak memiliki rata-rata 0,77, sehingga Agresivitas pajak perusahaan termasuk dalam kategori buruk.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

Unstandardized Residual	
N	33
Asymp. Sig. (2-tailed)	.061

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

Pada tabel 4 uji normalitas menggunakan uji *kolmogorov smirnov* menunjukkan hasil 0,061, dari hasil tersebut dapat dikatakan data mempunyai distribusi normal dikarenakan mempunyai hasil sig.> 0,05.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Hasil Multikolinieritas	
	Tolerance	VIF
(X1) CSR dimensi Ekonomi	.197	5.085
(X2) CSR dimensi Lingkungan	.403	2.482
(X3) CSR dimensi Sosial	.209	4.795
(X4) ROA	.584	1.713
(X5) Leverage	.590	1.696
(X6) Size	.424	2.356

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

Pada tabel 5 uji multikolinieritas, dari hasil data tersebut dapat disimpulkan data tidak menunjukkan multikolinieritas dalam regresi dikarenakan nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF $< 10,00$, data telah sesuai dan memenuhi syarat.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Hasil Uji Glejser

Variabel	Signifikansi
(Constant)	.768
(X1) CSR dimensi Ekonomi	.143
(X2) CSR dimensi Lingkungan	.154
(X3) CSR dimensi Sosial	.304
(X4) ROA	.886
(X5) Leverage	.625
(X6) Size	.427

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

Pada tabel 6 uji *glejser* untuk menentukan uji heteroskedastisitas dalam model regresi, dalam hasil data tersebut menunjukkan hasil uji tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas dikarenakan nilai hasil sig. $> 0,05$, data telah memenuhi syarat.

Uji Autokorelasi

Tabel 7. Hasil Uji Durbin Watson

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.965 ^a	.932	.916	.02763	2.389

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

Pada tabel 7 uji *durbin watson* untuk menentukan uji autokorelasi dalam model regresi, jika nilai hasil $(4-dW) > dU < dW$ maka tidak terjadi autokorelasi dalam regresi, untuk menentukan nilai dU dapat dilihat dalam tabel dW dengan taraf signifikansi 5% yaitu dengan melihat nilai jumlah variabel bebas dan jumlah sampel penelitian (K ; N), berdasarkan tabel dW menunjukkan hasil pada (K6 ; 33) yaitu 1.900, maka dapat disimpulkan bahwa hasil uji menunjukkan tidak terjadi autokorelasi dikarenakan hasil uji telah memenuhi syarat.

**Pengujian Hipotesis
Uji T Statistik**

Tabel 8. Hasil Uji T Statistik

Model	Beta	T	Sig.
(Constant)		8.474	.000
(X1) CSR dimensi Ekonomi	.267	2.314	.029
(X2) CSR dimensi Lingkungan	.227	2.814	.009
(X3) CSR dimensi Sosial	.245	2.190	.038
(X4) ROA	.159	2.381	.025
(X5) Leverage	-.146	-2.196	.037
(X6) Size	.174	2.221	.035

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

Pada tabel 8 uji T untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial atau secara individu, dari hasil data tersebut dapat dikatakan hasil data memiliki hasil yang signifikan dikarenakan hasil nilai sig. < 0,05. Nilai T merupakan nilai koefisien yang menunjukkan pengaruh positif atau negatif dalam variabel bebas terhadap variabel terikat.

Uji F Statistik

Tabel 9. Hasil Uji Anova

	Sum of Squares	F
Regression	.272	59.318
Residual	.020	
Total	.291	

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

Pada tabel 9 uji anova untuk menentukan hasil pengaruh simultan atau secara Bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat, pengaruh tersebut akan diketahui jika nilai jika nilai fhitung > ftabel, nilai Ftabel pada (6 ; 27) adalah 2,46. Jadi, dapat disimpulkan bahwa fhitung > ftabel yaitu 59,318 > 2,46 yang mempunyai arti bahwa ada pengaruh secara simultan dalam regresi.

Koefisien Determinisasi

Tabel 10. Hasil R Square

	Adjusted R Square
R Square	Square
.932	.916

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

Pada tabel 10, ditampilkan hasil *R Square*, nilai dari *Adjusted R Square* adalah hasil analisis data yang dapat menjelaskan seberapa besar model dapat menjelaskan mengenai variabel terikat. Hasil nilai *Adjusted R Square* adalah 0,916 artinya variabel agresivitas pajak dapat dijelaskan oleh variabel CSR dimensi ekonomi, CSR dimensi lingkungan, CSR dimensi sosial, ROA, *leverage*, dan *size* sebesar 91,6%.

Pembahasan Penelitian

Pengaruh CSR Dimensi Ekonomi Terhadap Agresivitas Pajak

Hasil yang telah dianalisa menunjukkan adanya signifikan dan pengaruh yang positif dari CSR dimensi ekonomi terhadap agresivitas pajak yang dibuktikan dengan nilai signifikansi CSR dimensi ekonomi pada uji T statistik adalah 0,029 atau kurang dari 0,05, dan menunjukkan pengaruh positif yang ditujuukan dari nilai T yaitu 2.314.

Hasil penelitian tersebut selaras dengan penelitian (Laguir et al., 2015) yang meneliti menggunakan sampel perusahaan yang berada di Prancis yang mendapatkan hasil perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR dimensi ekonomi secara baik dan mendapatkan hasil yang tinggi cenderung melakukan agresivitas. (Pagano & Volpin, 2005) menyatakan bahwa manajemen yang melaksanakan pengungkapan CSR dengan baik terutama pada pengungkapan ekonomi akan mendapatkan penghargaan dari *stakeholders* dan dapat dijadikan sebagai pertahanan diri untuk menghindari tekanan pihak eksternal. Perusahaan cenderung melakukan efektif biaya dengan cara menganalisis biaya- biaya yang dapat dikurangkan dan menambah profit perusahaan, salah satu cara yang dilakukan manajemen adalah melakukan perencanaan pajak.

Pengaruh CSR Dimensi Lingkungan Terhadap Agresivitas Pajak

Hasil yang telah dianalisa menunjukkan adanya signifikan dan pengaruh yang positif dari CSR dimensi lingkungan terhadap agresivitas pajak yang dibuktikan dengan nilai signifikansi CSR dimensi lingkungan pada uji T statistik adalah 0,009 atau kurang dari 0,05, dan menunjukkan pengaruh positif yang ditujuukan dari nilai T yaitu 2.814.

Penelitian ini selaras dengan penelitian dari (Wibowo, 2013) menyatakan bahwa CSR dimensi lingkungan signifikan positif dengan proksi pengungkapan CSR menggunakan teori Sembiring yang diadopsi dari GRI. Perusahaan yang mengungkapkan CSR dimensi lingkungan dengan baik akan mendapatkan legitimasi masyarakat dan mendapatkan dukungan penuh untuk melakukan kegiatan operasi. Menurut (Chariri, 2008) menyatakan bahwa pengelolaan baik terhadap lingkungan dapat menghindarkan tekanan dari masyarakat sehingga perusahaan akan mendapatkan dukungan dari masyarakat, namun hal ini mengakibatkan tekanan untuk manajer dalam mengelola keuangan perusahaan. Tekanan yang didapatkan perusahaan mengakibatkan manajer melakukan perencanaan biaya guna mengurangi adanya kebangkrutan, (Przeworski, 2004) menyatakan pengelolaan lingkungan dapat meningkatkan agresif pajak dikarenakan banyaknya beban tanggungjawab lingkungan yang terlalu banyak dan membebani.

Pengaruh CSR Dimensi Sosial Terhadap Agresivitas Pajak

Hasil yang telah dianalisa menunjukkan adanya signifikan dan pengaruh yang positif dari CSR dimensi sosial terhadap agresivitas pajak yang dibuktikan dengan nilai signifikansi CSR dimensi sosial pada uji T statistik adalah 0,038 atau kurang dari 0,05, dan menunjukkan pengaruh positif yang ditujuukan dari nilai T yaitu 2.190.

Penelitian ini selaras dengan penelitian dari (Simbolon & Sueb, 2016) yang menyatakan hasil pada penelitiannya dengan menggunakan sampel perusahaan *go public* di bursa efek Jakarta yang melakukan tanggungjawab sosialnya mendapatkan hasil laporan kinerja keuangan yang baik namun ditemukan agresivitas pajak yang tinggi. Hasil penelitian yang telah diperoleh tersebut dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang melakukan pengungkapan sosial juga dapat meningkatkan legitimasi dari masyarakat sehingga dapat memperbaiki citra perusahaan. Menurut (Johnson & Johnson, 1989) menyatakan tindakan sosial dan ekonomi yang dilakukan perusahaan merupakan kegiatan

dalam menjalankan motif ekonomi. Menurut (Lanis & Richardson, 2013) kegiatan sosial perusahaan hanya akan dilakukan ketika termotivasi mendapatkan imbalan. Beban pembiayaan CSR yang tidak diberlakukan pengurangan pajak menjadikan tindakan sosial perusahaan terhambat karena kurangnya motivasi untuk mendapatkan keuntungan.

Pengaruh *Return On Assets* Terhadap Agresivitas Pajak.

Hasil yang telah dianalisa menunjukkan adanya signifikan dan pengaruh yang positif dari variabel ROA terhadap agresivitas pajak yang dibuktikan dengan nilai signifikansi variabel ROA pada uji T statistik adalah 0,025 atau kurang dari 0,05, dan menunjukkan pengaruh positif yang ditunjukkan dari nilai T yaitu 2.381.

Penelitian ini selaras dengan penelitian dari (Missonier & Loufrani-Fedida, 2014) serta didukung oleh (Kurniasih & Ratna Sari, 2013) yang memberikan hasil bahwa ROA mempunyai hasil pengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Hasil penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa terbukti perusahaan yang memiliki tingkat rasio profit tinggi akan mengalami kecenderungan melakukan agresivitas pajak. (Sutantoputra, 2009) menyatakan bahwa ROA dan ETR mempunyai hubungan bersifat langsung. ROA dapat mencerminkan pertumbuhan perusahaan dan dapat menjadi sebuah pengambil keputusan perusahaan.

Pengaruh *Leverage* Terhadap Agresivitas Pajak.

Hasil yang telah dianalisa menunjukkan adanya signifikan dan pengaruh yang negatif dari variabel *Leverage* terhadap agresivitas pajak yang dibuktikan dengan nilai signifikansi variabel *Leverage* pada uji T statistik adalah 0,037 atau kurang dari 0,05, dan menunjukkan pengaruh negatif yang ditunjukkan dari nilai T yaitu -2.196.

Penelitian ini selaras dengan penelitian oleh (Suyanto & Supramono, 2012) yang menyatakan hasil yang sama bahwa *leverage* mempunyai pengaruh negatif terhadap agresivitas pajak, kemudian hal ini diperkuat oleh (Siregar & Widyawati, 2016) yang menyatakan hasil bukti sampel yang dianalisis terdapat pengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa perusahaan yang melibatkan pihak ketiga sebagai pembantu pendanaan operasi adalah perusahaan yang memiliki laba yang rendah, hal ini juga dapat membuat nilai ETR juga rendah. Menurut (Hjh et al., 2014) perusahaan yang mempunyai rasio utang tinggi akan memberikan informasi secara jujur mengenai laba perusahaan guna menghindari adanya *monitoring*. Perusahaan yang memiliki tingkat rasio *leverage* tinggi akan melaporkan ETR nya yang rendah akibat *tax deductible*.

Pengaruh *Size* Terhadap Agresivitas Pajak.

Hasil yang telah dianalisa menunjukkan adanya signifikan dan pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel *Size* terhadap agresivitas pajak yang dibuktikan dengan nilai signifikansi variabel *Size* pada uji T statistik adalah 0,035 atau kurang dari 0,05, dan menunjukkan pengaruh positif yang ditunjukkan dari nilai T yaitu 2.221.

Penelitian tersebut selaras dengan penelitian (Siregar & Widyawati, 2016) yang memberikan hasil bahwa *size* mempunyai pengaruh positif terhadap agresivitas pajak, kemudian penelitian ini diperkuat oleh (Nugraha & Meiranto, 2015) yang menghasilkan bukti sampel yang dianalisis terbukti berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan hasil dari penelitian tersebut terdapat kesimpulan bahwa perusahaan yang memiliki tingkat *size* perusahaan besar akan secara otomatis mempunyai produktifitas operasi perusahaan yang tinggi. Menurut (Chan, Watson, & Woodliff, 2014) Semakin

tinggi jumlah rasio *total asset* perusahaan maka secara otomatis ukuran perusahaan juga besar. Produktivitas yang berskala banyak akan diiringi transaksi yang banyak pula, hal tersebut dapat memungkinkan perusahaan untuk melakukan manipulasi transaksi yang berakibat pada pelaporan keuangan yang tidak sesuai dan secara tidak langsung akan mengakibatkan agresivitas pajak.

5. KESIMPULAN

Hasil penelitian yang telah diperoleh dapat diambil kesimpulan yaitu terdapat pengaruh secara parsial yang ditunjukkan nilai signifikansi *corporate social responsibility* dimensi ekonomi, dimensi lingkungan, dan dimensi sosial, ROA, dan *Size* mempunyai hasil pengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak, sedangkan variabel *Leverage* mendapatkan hasil pengaruh negatif dan signifikan. Penelitian ini juga memberikan hasil terdapat pengaruh secara simultan antara variabel bebas dan terikat dengan ditunjukkan nilai F hitung $< F$ tabel yaitu $59,318 > 2,46$. Penelitian ini menunjukkan hasil yang sesuai dengan pengembangan hipotesis yang telah dibuat. Hasil penelitian menunjukkan jika semakin besar pengungkapan CSR dimensi ekonomi, lingkungan dan sosial perusahaan maka kecenderungan perusahaan dalam melakukan agresivitas pajak semakin meningkat yang dicerminkan dari nilai ETR yang rendah, keumudian hal ini juga sama dengan variabel ROA dan *Size*, jika semakin tinggi ROA dan *Size* perusahaan maka kecenderungan perusahaan dalam melakukan agresif pajak juga semakin tinggi. Variabel *Leverage* memiliki hasil pengaruh negatif yang dapat disimpulkan semakin tinggi *Leverage* sebuah perusahaan maka kesempatan untuk melakukan agresif pajak semakin rendah yang diakibatkan perusahaan menjaga nilai ROA perusahaan dan selain itu juga adanya pengurangan laba akibat *tax deductible*.

REFERENSI

- 2007, U. No. 40 T. (2007). Undang - Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. *Lembaran Negara RI Tahun 2007*.
- Adisamartha, & dan Noviyari. (2015). Pengaruh Likuiditas dan Capital Intensity terhadap Agresivitas Pajak. *Reading*.
- Budianti, N., & Ika Sulistyawati, A. (2019). PENGARUH CORPORATE GOVERNANCE, UKURAN PERUSAHAAN DAN LEVERAGE TERHADAP MANAJEMEN LABA. *Solusi*. <https://doi.org/10.26623/v17i2.1456>
- Chan, M. C. C., Watson, J., & Woodliff, D. (2014). Corporate Governance Quality and CSR Disclosures. *Journal of Business Ethics*. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1887-8>
- Chariri, A. (2008). KRITIK SOSIAL ATAS PEMAKAIAN TEORI DALAM PENELITIAN PENGUNGKAPAN SOSIAL DAN LINGKUNGAN. *MAKSI*.
- Deegan, C. (2002). Introduction: The legitimising effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation. In *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. <https://doi.org/10.1108/09513570210435852>
- Fitri, H., Elmanizar, Nugraha, A. T., Yakub, A., & Cahyono, B. P. (2019). The application of agency theory in supply chain finance: A case of Indonesian manufacturing firms. *International Journal of Supply Chain Management*.

- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). Corporate social and environmental reporting. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*.
<https://doi.org/10.1108/09513579510146996>
- GRI; (2010). GRI Reporting in Government Agencies. *Global Reporting Initiative*.
- GRI. (2018). Consolidated Set of GRI Sustainability Reporting Standards. In *GRI Standards*.
- Hidayat, R., Marlina, S., & Utami, L. D. (2017). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Barang Handmade Berbasis Website Dengan Metode Waterfall. *Simnasiptek 2017*.
- Hjh, D., Awg, T., Hamid, H., Omar, A. H., Isnin, S. R., Majid, N. A., & Syahrom, A. (2014). 3D-Cybertherapy and Immersive Learning Environments for Hand Stroke Patients' Daily Living Activities. *International Journal of Computer and Information Technology*.
- Hogner, R. H. (1982). Corporate Social Reporting: Eight Decades of Development at U.S. Steel. *Research in Corporate Social Performance and Policy*.
- Hoi, C. K., Wu, Q., & Zhang, H. (2013). Is corporate social responsibility (CSR) associated with tax avoidance? Evidence from irresponsible CSR activities. *Accounting Review*.
<https://doi.org/10.2308/accr-50544>
- Johnson, D. W., & Johnson, R. T. (1989). Cooperation and competition: Theory and research. In *Central European*.
- Kasmir. (2014). Laporan Keuangan Bank. In *Manajemen Perbankan*.
- Koswara, A., Verity, F., Ruchiat Nugraha, A., & Lukman, S. (2015). Communicating CSR Practices: A Web Site Analysis of Indonesia's State-Owned Entities. *Australian Journal of Sustainable Business and Society*.
- Kuriah, H. L., & Asyik, N. F. (2016). PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*.
- Kurniasih, T., & Ratna Sari, M. (2013). PENGARUH RETURN ON ASSETS, LEVERAGE, CORPORATE GOVERNANCE, UKURAN PERUSAHAAN DAN KOMPENSASI RUGI FISKAL PADA TAX AVOIDANCE. *Buletin Studi Ekonomi*.
- Laguir, I., Staglianò, R., & Elbaz, J. (2015). Does corporate social responsibility affect corporate tax aggressiveness? *Journal of Cleaner Production*.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.05.059>
- Lanis, R., & Richardson, G. (2012). Corporate social responsibility and tax aggressiveness: An empirical analysis. *Journal of Accounting and Public Policy*.
<https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2011.10.006>
- Lanis, R., & Richardson, G. (2013). Corporate social responsibility and tax aggressiveness: A test of legitimacy theory. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*.
<https://doi.org/10.1108/09513571311285621>

- Lanis, R., & Richardson, G. (2015). Is Corporate Social Responsibility Performance Associated with Tax Avoidance? *Journal of Business Ethics*. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2052-8>
- Missonier, S., & Loufrani-Fedida, S. (2014). Stakeholder analysis and engagement in projects: From stakeholder relational perspective to stakeholder relational ontology. *International Journal of Project Management*. <https://doi.org/10.1016/j.ijproman.2014.02.010>
- Nazari, J. A., Hrazdil, K., & Mahmoudian, F. (2017). Assessing social and environmental performance through narrative complexity in CSR reports. *Journal of Contemporary Accounting and Economics*. <https://doi.org/10.1016/j.jcae.2017.05.002>
- Nugraha, N. B., & Meiranto, W. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak. In *Diponegoro Journal of Accounting*.
- Pagano, M., & Volpin, P. F. (2005). The political economy of corporate governance. In *American Economic Review*. <https://doi.org/10.1257/0002828054825646>
- Przeworski, A. (2004). The last instance: Are institutions the primary cause of economic development? *Archives Europeennes de Sociologie*. <https://doi.org/10.1017/S0003975604001419>
- Purwanti, M. S., & Sugiyarti, L. (2017). Pengaruh Intensitas Aset Tetap , Pertumbuhan Penjualan dan Koneksi. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*.
- Rita Susanti, G. A. M., & Budiasih, I. G. A. N. (2019). Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Profitabilitas pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v28.i03.p09>
- Simbolon, J., & Sueb, M. (2016). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia). *Prosiding Simposium Nasional Akuntansi XIX*.
- Siregar, R., & Widyawati, D. (2016). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak pada Perusahaan Manufaktur di Bei. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Sugiyono. 2013. "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D." Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. <https://doi.org/10.1>. In *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sutantoputra, A. W. (2009). Social disclosure rating system for assessing firms' CSR reports. *Corporate Communications*. <https://doi.org/10.1108/13563280910931063>
- Suyanto, K. D., & Supramono. (2012). Likuiditas, Leverage, Komisaris Independen, Dan Manajemen Laba Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*.
- Wibisono, Y. (2007). Membedah Konsep & Aplikasi CSR: Corporate Social Responsibility. In *Seri Manajemen Berkelanjutan*.

Wibowo, H.-. (2013). Tantangan Pekerjaan Sosial di Masa Depan dalam kaitannya dengan Era Marketing 3.0 dan CSR 2.0. *Share : Social Work Journal*.
<https://doi.org/10.24198/share.v3i2.10024>

Yoehana, M. (2013). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak. *Skripsi Universitas Diponegoro*.