

PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP KEAGRESIFAN PAJAK

THE INFLUENCE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE ON TAX AGGRESSIVENESS

Anisa Damar Fitriana

*Prodi Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta
damarnisa27@gmail.com*

Endra Murti Sagoro, S.Pd., S.E., M.Sc.

*Staf Pengajar Jurusan Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta
endra_ms@uny.ac.id*

Abstrak: Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Keagresifan Pajak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Dimensi Ekonomi CSR, Dimensi Lingkungan CSR, dan Dimensi Sosial CSR terhadap Keagresifan Pajak pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2016-2017. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 perusahaan manufaktur yang diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dianalisis dengan menggunakan statistik deskriptif, uji prasarat, dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan: Dimensi Ekonomi CSR berpengaruh positif terhadap Keagresifan Pajak; (2) Dimensi Lingkungan CSR tidak berpengaruh terhadap Keagresifan Pajak; dan (3) Dimensi Sosial CSR berpengaruh negatif terhadap Keagresifan Pajak.

Kata Kunci: Keagresifan Pajak, *Corporate Social Responsibility*

Abstract: *The Influence of Corporate Social Responsibility Disclosure on Tax Aggressiveness.* This study aims to know the influence of Economic Dimension CSR, Environmental Dimension, and Social Dimension CSR to Tax Aggressiveness on Manufacturing Companies listed in Indonesia Stock Exchange during the period from 2016 and 2017, The sample of this study was obtained by purposive sampling method and consisted of 96 manufacturing companies. Data analysis technique used descriptive statistical analysis, test requirements analysis, and multiple regression analysis. The result showed that: (1) there was a positive influence of Economic Dimension Corporate Social Responsibility toward Tax Aggressiveness; (2) there was no influence of Environmental Dimension Corporate Social Responsibility toward Tax Aggressiveness; (3) there was a negative influence of Social Dimension Corporate Social Responsibility toward Tax Aggressiveness.

Keyword: Tax Aggressiveness, *Corporate Social Responsibility*

PENDAHULUAN

Pajak merupakan salah satu penopang perekonomian nasional Indonesia yang memberikan kontribusi pendapatan negara terbesar yaitu pada tahun 2017 sebesar 85,6% dengan kontribusi rata-rata 77,6% (Kementerian Keuangan, 2018). Pendapatan pajak ini selanjutnya akan digunakan pemerintah untuk membiayai

segala kegiatan negara terkait pengadaan barang publik, pendidikan, kesehatan, dan lain-lain. Namun, dalam kenyataannya terkadang terdapat ketidaksiharasan antara perusahaan sebagai wajib pajak dengan pemerintah sebagai pemungut pajak mengenai pajak. Pajak bagi pemerintah dipandang sebagai sumber pendapatan negara yang utama, sedangkan pajak bagi

perusahaan dipandang sebagai biaya yang akan mengurangi laba bersih perusahaan. Tindakan-tindakan manajerial yang dirancang semata-mata untuk meminimalkan pajak perusahaan melalui kegiatan keagresifan pajak menjadi semakin umum yang dilakukan perusahaan di seluruh dunia.

Dalam perspektif sosial, pembayaran pajak perusahaan kepada pemerintah, dapat memberikan kontribusi kepada pemerintah dalam pembiayaan barang publik yang dapat dinikmati masyarakat yang selanjutnya diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu upaya menyejahterahkan masyarakat. Sehingga perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas pajak dimungkinkan akan mendapat efek negatif secara sosial. Perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas pajak akan dianggap bahwa mereka tidak melakukan “*fair shares*” kepada pemerintah untuk memastikan pengadaan barang publik (Freedman, 2003; Freis et al., 2008; Lanis and Richardson, 2012).

Corporate Social Responsibility (CSR) dapat didefinisikan sebagai bagaimana bisnis memperhitungkan dampak sosial dan lingkungannya dalam beroperasi, dan merupakan komitmen berkelanjutan oleh bisnis untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap

pembangunan ekonomi sekaligus meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat berpotensi memengaruhi Keagresifan Pajak dalam hal bagaimana sebuah rekening perusahaan dan mengarahkan sistem dan prosesnya sehubungan dengan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan (Desai and Dharmapala, 2006; Williams, 2007; Avi-Yonah, 2008).

Terdapat beberapa teori terkait dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR), diantaranya teori agensi, teori stakeholder, dan teori legitimasi. Jensen dan Meckling (1976) menyatakan bahwa hubungan keagenan merupakan sebuah kontrak yang terjadi antara manajer (*agent*) dengan pemilik perusahaan (*principal*). Berdasarkan teori agensi, perusahaan yang menghadapi biaya pengawasan dan biaya kontrak yang rendah cenderung akan melaporkan laba bersih rendah atau dengan kata lain akan mengeluarkan biaya-biaya untuk kepentingan manajemen salah satunya biaya yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat (Rokhlinasari, 2016). Penafsiran teori agensi telah ditantang oleh peneliti lain yang menganggap bahwa perusahaan lebih dari sekadar *nexus of contracts*, dimana perusahaan dikelola

untuk memaksimalkan nilai *shareholders*, dan bahwa *stakeholders* juga penting untuk operasi perusahaan (Laguir, Stagliano, & Elbaz, 2015). Freeman dan Reed (1983) memperingatkan bahwa jika para pemangku kepentingan ini menarik sumber daya mereka, mereka dapat membahayakan eksistensi perusahaan. Dalam teori legitimasi, organisasi harus secara berkelanjutan menunjukkan telah beroperasi dalam perilaku yang konsisten dengan nilai sosial. Hal ini sering dicapai melalui pengungkapan (*disclosure*) dalam laporan perusahaan (Wilmshurt & Frost, 2000). Organisasi dapat menggunakan *disclosure* untuk mendemonstrasikan perhatian manajemen akan nilai sosial, atau untuk mengarahkan kembali perhatian komunitas akan keberadaan pengaruh negatif aktivitas organisasi (Rokhlinasari, 2016).

Penelitian yang dilakukan Lanis and Richardson (2012), menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang negatif antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan Keagresifan Pajak. Komitmen investasi sosial dan strategi perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (termasuk etika dan perilaku bisnis) dari sebuah perusahaan adalah elemen penting dari kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang memiliki dampak negatif pada agresitas

pajak. sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi (2015) menunjukkan hasil bahwa aktivitas *corporate social responsibility* (CSR) dan pengaruhnya terhadap penghindaran pajak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam konteks Indonesia tingkat aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak. Namun, penelitian *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak seharusnya di ukur secara agregat. *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diukur secara agregat dapat mengacaukan efek dari dimensi *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara individu. Bahkan ada beberapa dimensi *Corporate Social Responsibility* (CSR) mungkin lebih penting daripada yang lain dalam menjelaskan keputusan tentang kegiatan agresif pajak (Laguir, Stagliano, & Elbaz, 2015). Penelitian yang dilakukan oleh Laguir, Stagliano, dan Elbaz (2015), menunjukkan bahwa semakin besar aktivitas dalam dimensi sosial *Corporate Social Responsibility* (CSR), maka semakin rendah pula tingkat Keagresifan Pajak perusahaan. Sedangkan aktivitas dimensi ekonomi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang tinggi akan mengakibatkan tingkat Keagresifan Pajak yang tinggi pula.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Laguir, Stagliano, dan Elbaz (2015) adalah pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan periode pengamatan tahun 2016-2017, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menggunakan perusahaan di Perancis untuk periode 2003-2011 sebagai objek penelitiannya. Penelitian yang dilakukan oleh Laguir, Stagliano, dan Elbaz (2015), *Corporate Social Responsibility* (CSR) diukur dengan empat konstruk laten menggunakan item dari Vigeo *database*, sedangkan pada penelitian ini menggunakan item Indeks GRI G4.

Penelitian ini memberikan beberapa implikasi, diantaranya; (1) Penelitian ini menunjukkan bahwa keagresifan pajak bergantung pada Dimensi Ekonomi *Corporate Social Responsibility* dan Dimensi Sosial *Corporate Social Responsibility*. (2) Penelitian ini mendukung premis bahwa sebaiknya Dimensi dalam *Corporate Social Responsibility* tidak digabung menjadi satu ukuran tunggal yang mungkin akan mengacaukan efek dari dimensi *Corporate Social Responsibility* secara individu.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kausal asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2011). Penelitian kausal asosiatif yaitu penelitian yang melihat pola hubungan yang bersifat sebab-akibat. Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif karena data yang disajikan dihubungkan dengan angka.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan laporan tahunan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan jenis perusahaan yang bergerak di sektor manufaktur pada tahun 2016-2017. Data atas laporan tahunan tersebut dapat diperoleh melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia melalui alamat <http://www.idx.co.id>. Proses penelitian dilakukan pada Mei-Juni 2019.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Berdasarkan data pada website www.idx.ac.id diperoleh sejumlah 154 perusahaan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yaitu merupakan teknik pengambilan

sampel yang diperoleh dengan kriteria tertentu. Berdasarkan kriteria pada penelitian ini maka perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI yang memenuhi syarat dalam penelitian ini dan setelah dikurangi *outlier* sebanyak 43 perusahaan selama 2 tahun periode 2016-2017 sehingga jumlah observasi sebanyak 86 perusahaan.

Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen penelitian ini adalah Keagresifan Pajak yang diukur dengan *Current Effective Tax Rate* (CuETR), dimana semakin rendah nilai CuETR (mendekati 0) maka perusahaan dianggap semakin agresif terhadap pajak. *Current Effective Tax Rates* (CuETR) dihitung menggunakan rasio beban pajak penghasilan kini yang dibayarkan terhadap laba sebelum pajak.

$$CuETR = \frac{\text{Pajak penghasilan kini}}{\text{Laba sebelum pajak}}$$

Variabel Independen (X)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik secara positif atau negatif. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Dimensi Ekonomi CSR, Dimensi Lingkungan CSR, dan Dimensi Sosial

CSR. Dalam penelitian ini, variabel independen akan diukur dengan menggunakan check list yang mengacu pada indikator pengungkapan GRI G4. Pengukuran ini dilakukan dengan mencocokkan item pada check list dengan item yang diungkapkan perusahaan. Apabila item y diungkapkan maka diberikan nilai 1, jika item y tidak diungkapkan maka diberikan nilai 0 pada check list. Setelah mengidentifikasi item yang diungkapkan oleh perusahaan di dalam laporan tahunan, serta mencocokkannya pada check list, hasil pengungkapan item yang diperoleh dari setiap perusahaan dihitung indeksnya dengan proksi CSREC, CSRSO, dan CSREN.

1) Dimensi Ekonomi

Rumus perhitungan Index Luas Pengungkapan Dimensi Ekonomi *Corporate Social Responsibility* adalah sebagai berikut:

$$CSRECI = \frac{\sum Xyi}{ni}$$

2) Dimensi Lingkungan

Rumus perhitungan Index Luas Pengungkapan Dimensi Lingkungan *Corporate Social Responsibility* adalah sebagai berikut:

$$CSRENI = \frac{\sum Xyi}{ni}$$

3) Dimensi Sosial

Rumus perhitungan Index Luas Pengungkapan Dimensi Sosial *Corporate Social Responsibility* adalah sebagai berikut:

$$CSRENI = \frac{\sum X_{yi}}{ni}$$

Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui metode observasi nonpartisipan, dimana peneliti mengumpulkan data yang diperlukan dalam kapasitas tersebut tanpa menjadi bagian integral dari sistem organisasi (Sekaran, 2006). Data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan tahunan yang di publikasikan oleh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang dapat diakses melalui www.idx.co.id. Data tambahan diperoleh dari sumber lain berupa jurnal, artikel, dan sumber-sumber lain yang terkait dengan penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Hasil analisis deskriptif dapat di lihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

| Variabel | N | Min | Max | Mean | Std. Dev |
|--------------------|----|-------|-------|-------|----------|
| CuETR (Y1) | 86 | 0,048 | 0,327 | 0,236 | 0,063 |
| CSREC (X1) | 86 | 0,222 | 0,889 | 0,457 | 0,146 |
| CSREN (X2) | 86 | 0,059 | 0,588 | 0,227 | 0,103 |
| CSRSO (X3) | 86 | 0,167 | 0,521 | 0,376 | 0,095 |
| Valid N (listwise) | 86 | | | | |

Current Effective Tax Rate (CuETR)

Variabel CuETR mempunyai nilai minimum sebesar 0,048 dan nilai maksimum sebesar 0,327. Nilai rata-rata atau *mean* sebesar 0,236 dan standar deviasi sebesar 0,063.

Dimensi Ekonomi Corporate Social Responsibility (CSREC)

Variabel Dimensi Ekonomi CSR memiliki nilai minimum sebesar 0,222 dan nilai maksimum sebesar 0,889. Nilai rata-rata atau *mean* sebesar 0,457 dan standar deviasi sebesar 0,146.

Dimensi Lingkungan Corporate Social Responsibility (CSREN)

Variabel Dimensi Lingkungan CSR memiliki nilai minimum sebesar 0,059 dan nilai maksimum sebesar 0,588. Nilai rata-rata atau *mean* sebesar 0,227 dan standar deviasi sebesar 0,103.

Dimensi Sosial *Corporate Social Responsibility* (CSRSO)

Variabel Dimensi Sosial CSR memiliki nilai minimum sebesar 0,167 dan nilai maksimum sebesar 0,521. Nilai rata-rata atau *mean* sebesar 0,376 dan standar deviasi sebesar 0,095.

Hasil Pengujian Prasyarat Analisis

Uji Normalitas

Hasil uji normalitas variabel penelitian menunjukkan bahwa semua variabel penelitian mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 pada ($0,005 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal.

Uji Autokorelasi

Hasil perhitungan nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,763 yang berarti nilainya diantara $du < dw < 4-du$ dimana $du = 1,7221$, dan $4-du = 4 - 1,7221 = 2,2779$. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini tidak ada autokorelasi.

Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa semua variabel bebas mempunyai nilai toleransi diatas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada

penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji *Glejser* yang telah dilakukan menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen *Absolute Residual* (ABS_RES). Hal ini terlihat dari probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5%. Jadi dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas (tidak ada heteroskedastisitas).

Uji Ketepatan Model

Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil dari analisa koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2 Hasil Uji Koefisien Determinasi

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|--------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | 0,763 ^a | 0,582 | 0,567 | 0,041336 |

Berdasarkan hasil dari tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa hasil dari *adjusted r square* adalah 0,567. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Dimensi Ekonomi *Corporate Social Responsibility*, Dimensi Lingkungan *Corporate Social Responsibility*, dan Dimensi Sosial *Corporate Social*

Responsibility dapat menjelaskan variabel dependen Keagresifan Pajak sebesar 56,7% dan sisanya sebesar 43,3% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

Uji F

Hasil uji F dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3 Hasil Uji F

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|------------|----------------|----|-------------|--------|--------------------|
| Regression | 0,001 | 3 | 0,065 | 38,064 | 0,000 ^a |
| Residual | 0,061 | 82 | 0,002 | | |
| Total | 0,062 | 85 | | | |

Nilai F tabel adalah $df_1 = 3$ dan $df_2 = 82$. Dari hasil perhitungan tersebut maka diperoleh nilai F tabel sebesar 2,72. Dari hasil uji F diatas dapat diketahui nilai F hitung adalah sebesar 38,064 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang artinya adalah $F_{hitung} 38,064 > F_{tabel} 2,72$ dan $0,000 < 0,005$, maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel Dimensi *Ekonomi Corporate Social Responsibility*, Dimensi Lingkungan *Corporate Social Responsibility*, dan Dimensi Sosial *Corporate Social Responsibility* terhadap Keagresifan Pajak dapat dikayakan fit/layak untuk dilakukan penelitian.

Hasil Pengujian Hipotesis dan Pembahasan

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh

variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011).

Tabel 4. Hasil Uji Regresi

| Model | Unstandardized Coefficients | | t | Sig. |
|-----------|-----------------------------|------------|---------|-------|
| | B | Std. Error | | |
| Konstanta | 0,322 | 0,023 | 13,949 | 0,000 |
| CSREC | -0,312 | 0,031 | -10,136 | 0,000 |
| CSREN | 0,025 | 0,057 | 0,445 | 0,658 |
| CSRSO | 0,135 | 0,062 | 2,176 | 0,032 |

Pengaruh Dimensi Ekonomi Corporate Social Responsibility terhadap Keagresifan Pajak pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2017

Berdasarkan hasil uji statistik t, diperoleh nilai t hitung sebesar -10,136 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai t hitung dalam SPSS adalah nilai absolut sehingga tanda negatif diabaikan (Wahana Komputer, 2006: 253). Nilai t hitung sebesar 10,136 lebih besar dari nilai t tabel 1,98932 ($10,136 > 1,98932$) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka H1 diterima. Berdasarkan uji hipotesis tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel Dimensi *Ekonomi Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif signifikan terhadap CuETR yang berarti berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Keagresifan Pajak. Hal ini dikarenakan semakin rendah nilai CuETR (mendekati 0) maka perusahaan dianggap semakin agresif

terhadap pajak. Hasil penelitian ini memberikan makna bahwa semakin besar Dimensi Ekonomi *Corporate Social Responsibility* yang dimiliki perusahaan maka semakin tinggi pula Keagresifan Pajak perusahaan tersebut. Dengan demikian, H1 yang menyatakan “Dimensi Ekonomi *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Keagresifan Pajak pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2017” **diterima**.

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Laguir, Stagliano, & Elbaz (2015) yang berjudul “*Does Corporate Social Responsibility Affect Corporate Tax Aggressiveness?*” yang menunjukkan bahwa semakin tinggi Dimensi Ekonomi *Corporate Social Responsibility* maka semakin tinggi pula Keagresifan Pajak perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang terlibat dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang terkait dengan perilaku bisnis cenderung terlibat dalam tindakan agresivitas pajak. Perusahaan yang tampaknya bertanggung jawab sosial dapat dimungkinkan membayar pajak yang lebih rendah secara signifikan dibandingkan dengan perusahaan yang kurang bertanggungjawab yang mana tindakan ini dapat menghambat pemerintah dalam rangka menyediakan infrastruktur,

layanan kesehatan, dan pendidikan (Sikka, 2010). Hasil penelitian tersebut juga ditemukan oleh beberapa peneliti lain seperti, Ranselaar (2016) dalam penelitiannya yang berjudul “*The Influence of Corporate Social Responsibility on the Level of Corporate Tax Avoidance*” menemukan hasil bahwa skor Dimensi Ekonomi *Corporate Social Responsibility* yang lebih tinggi berpengaruh pada tingkat penghindaran pajak yang lebih tinggi pula. Oleh karena itu, perusahaan yang mendapat skor tinggi pada loyalitas klien dan loyalitas pemegang saham lebih cenderung untuk menghindari pajak daripada perusahaan dengan skor yang lebih rendah dan pada penelitian yang dilakukan oleh Valente (2108) dalam penelitiannya yang berjudul “*The Determinants of Effective Tax Rate: Firm Characteristics and Corporate Social Responsibility*”. Perusahaan menggunakan kegiatan *Corporate Social Responsibility* sebagai alat manajemen resiko, karena terlibat dalam *Corporate Social Responsibility* akan menciptakan reputasi yang baik diantara berbagai pemangku kepentingan yang akan melindungi mereka jika terjadi tindakan negatif (Hoi et al., 2013). Sehingga perusahaan dapat berargumentasi bahwa meskipun mereka berkontribusi lebih sedikit kepada masyarakat dalam hal membayar pajak, mereka mengompensasi

tindakan ini karena lebih bertanggung jawab sosial dan menggantikan negara dalam mempromosikan kesejahteraan sosial (Huseynov & Klamm, 2012). Penelitian ini juga telah mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Maknani, Affes, & Trigui (2019) yang menjelaskan bahwa manajer atau pemangku kepentingan lain tidak memandang pembayaran pajak perusahaan sebagai bagian dari perilaku yang bertanggungjawab secara sosial. Perusahaan hanya bertanggungjawab untuk memaksimalkan laba dan juga bertindak sesuai dengan aturan dasar masyarakat. Tanggung jawab sosial yang sesuai dengan nilai-nilai masyarakat ini hanya bisa dimiliki oleh pribadi individu. Tanggung jawab pribadi manajer yang bertindak sebagai agen perusahaan menjadi tidak relevan karena mereka harus mematuhi kepentingan perusahaan (Friedman, 1970). Dalam hal ini manajer harus memenuhi tingkat penghindaran pajak yang optimal, berdasarkan manfaat marjinal dan biaya marjinal, untuk pemegang saham (Chen et al., 2010). Sehingga, perusahaan yang memiliki komitmen terhadap pemegang saham, mereka akan cenderung menghindari pajak untuk kepentingan saham mereka. Hubungan negatif antara Dimensi Ekonomi *Corporate Social Responsibility* terhadap Keagresifan Pajak diperkuat oleh penelitian sebelumnya yang

dilakukan oleh Garcia (2016), yang menjelaskan bahwa perusahaan yang lebih bertanggungjawab secara sosial lebih efektif dalam menggunakan kegiatan *lobbying* untuk mengurangi tarif pajak efektif domestik mereka dibandingkan perusahaan yang kurang bertanggungjawab secara sosial. Manfaat finansial yang dapat diperoleh dari penghindaran pajak dapat menghasilkan manfaat bersih bagi pemegang saham sembari memenuhi kebutuhan dan keinginan para pemangku kepentingan.

Pengaruh Dimensi Lingkungan Corporate Social Responsibility terhadap Keagresifan Pajak pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2017

Berdasarkan hasil uji statistik t, diperoleh nilai t hitung sebesar 0,445 dan nilai signifikansi sebesar 0,658. Nilai t hitung sebesar 0,445 lebih besar dari nilai t tabel 1,98932 ($0,445 < 1,98932$) dan nilai signifikansi sebesar 0,658 lebih besar dari 0,05 ($0,658 > 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa variabel Dimensi Lingkungan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap variabel Keagresifan Pajak. Dengan demikian, H2 yang menyatakan “Dimensi Lingkungan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif

terhadap Keagresifan Pajak pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2017” **ditolak.**

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Wiratmoko, (2018) yang berjudul “*The Effect of Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, and Financial Performance on Tax Avoidance*” dimana dalam penelitian tersebut terdapat hasil bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang berkaitan dengan dampak organisasi pada sistem alam yang hidup dan tidak hidup, termasuk tanah, udara, air, dan ekosistem tidak memiliki pengaruh terhadap Keagresifan Pajak. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan Wahyudi (2015), yang menyatakan bahwa di Indonesia praktek *Corporate Social Responsibility* masih rendah (khususnya yang berkaitan dengan lingkungan) sehingga *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap Keagresifan Pajak. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Shinta (2017) pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia awalnya masih bersifat sukarela namun sekarang menjadi sesuatu yang wajib dan diatur dalam Undang-Undang No.40 Tahun 2007

Tantang Perseroan Terbatas. Berubahnya *Corporate Social Responsibility* menjadi wajib ini menyebabkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh setiap perusahaan di Indonesia sama setiap tahunnya dan tidak ada perbedaan yang mencolok. Selain itu, dalam penelitian yang dilakukan oleh Fionasari, Savitri, & Andreas (2017) menyatakan bahwa berapapun biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam rangka kegiatan *Corporate Social Responsibility*, tidak akan memengaruhi tindakan agresivitas pajak. Hal ini dikarenakan berdasarkan Pasal 3 Peraturan Pemerintah No.93 Tahun 2010, besarnya nilai sumbangan dan/atau biaya pembangunan infrastruktur sosial yang dapat dikurangkan dari penghasilam bruto dibatasi tidak melebihi 5% (lima persen) dari penghasilan neto fiskal tahun pajak sebelumnya. Tidak berpengaruhnya Dimensi Lingkungan *Corporate Social Responsibility* terhadap Keagresifan Pajak dapat dipengaruhi oleh beberapa hal, salah satunya kurang lengkapnya pengungkapan Dimensi Lingkungan *Corporate Social Responsibility* pada laporan tahunan perusahaan. Kajian gabungan oleh ASEAN *Corporate Social Responsibility Network* (ACN) dan National University of Singapore (NUS) yang berjudul “*Sustainability Reporting in ASEAN*” yang dipresentasikan di Kampus National

University of Singapore (NUS), Singapura pada tahun 2016 menemukan hasil bahwa Indonesia hanya mencatat skor 31,4% untuk indikator lingkungan. Angka ini terendah dibandingkan dengan Malaysia (36%), Singapura (37,1%), dan Thailand (41,4%) (Sinarharapan.net, 2016).

Pengaruh Dimensi Sosial Corporate Social Responsibility terhadap Keagresifan Pajak pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2017

Berdasarkan hasil uji statistik t , diperoleh nilai t hitung sebesar 2,176 dan nilai signifikansi sebesar 0,032. Nilai t hitung sebesar 2,176 lebih besar dari nilai t tabel 1,98932 ($2,176 > 1,98932$) dan nilai signifikansi sebesar 0,032 lebih kecil dari 0,05 ($0,032 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa variabel Dimensi Sosial *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap CuETR yang berarti berpengaruh negatif signifikan terhadap variabel Keagresifan Pajak. Hal ini dikarenakan semakin tinggi nilai CuETR (mendekati 1) maka perusahaan dianggap semakin tidak agresif terhadap pajak. Hasil penelitian ini memberikan makna bahwa semakin besar Dimensi Ekonomi *Corporate Social Responsibility* yang dimiliki perusahaan maka semakin rendah tingkat Keagresifan Pajak perusahaan tersebut. Dengan

demikian, H3 yang menyatakan “Dimensi Lingkungan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap Keagresifan Pajak pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2017” **diterima.**

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Laguir, Stagliano, & Elbaz (2015) yang berjudul “*Does Corporate Social Responsibility Affect Corporate Tax Aggressiveness?*” yang menunjukkan bahwa semakin tinggi Dimensi Sosial *Corporate Social Responsibility* maka semakin rendah tingkat Keagresifan Pajak perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang terlibat dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility* sumber daya manusia, hak asasi manusia di tempat kerja dan keterlibatan masyarakat cenderung tidak terlibat dalam agresivitas pajak. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari & Adiwibowo (2017) yang menemukan hasil bahwa semakin tinggi tingkat Dimensi Sosial *Corporate Social Responsibility* maka semakin rendah tingkat penghindaran pajak. Dalam penelitian Maknani, Affes, & Trigui (2019) dijelaskan bahwa komponen kinerja sosial *Corporate Social Responsibility* menarik karena menunjukkan bahwa perusahaan

termotivasi untuk membuat keputusan yang tidak selalu bertujuan untuk memaksimalkan kekayaan pemegang saham, seperti pada pendukung Teori *Stakeholders* yang berpendapat bahwa perusahaan juga harus mencapai tujuan pemangku kepentingan. Hasil penelitian ini dapat mendukung penelitian sebelumnya yang erat kaitannya dengan teori legitimasi, dimana untuk mencapai sebuah keuntungan yang lebih baik seraya mempertahankan keberlanjutan bisnis, perusahaan akan berusaha untuk menjaga kepercayaan *stakeholders*-nya dengan melakukan dan melaporkan kegiatan *Corporate Social Responsibility*, termasuk menjaga kepercayaan pemerintah dan masyarakat dengan tidak melakukan tindakan agresivitas pajak (Cahyani, 2016).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

- a) Dimensi Ekonomi *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap Keagresifan Pajak pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2017. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar -7,131 dan t_{tabel} sebesar 1,990 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai t_{hitung} sebesar 7,131 lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,990 ($7,131 > 1,990$) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih besar dari 0,05 ($0,000 > 0,05$). Nilai CuETR (mendekati nol) memiliki makna bahwa perusahaan tersebut semakin agresif terhadap pajak.
- b) Dimensi Lingkungan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap Keagresifan Pajak pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2017. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 0,445 yang lebih kecil dibandingkan t_{tabel} yaitu sebesar 1,990 ($0,445 < 1,990$) dan nilai signifikansi sebesar 0,658 lebih besar dari 0,05 ($0,658 > 0,05$). Tidak berpengaruhnya Dimensi Ekonomi *Corporate Social Responsibility* terhadap Keagresifan Pajak ini berarti bahwa tinggi maupun rendahnya pengungkapan Dimensi Lingkungan *Corporate Social Responsibility* tidak dapat memberikan penjelasan mengenai tinggi rendahnya tingkat Keagresifan Pajak. Tidak berpengaruhnya Dimensi Lingkungan *Corporate Social Responsibility* terhadap Keagresifan Pajak dapat dipengaruhi oleh beberapa hal, salah satunya kurang lengkapnya pengungkapan Dimensi Lingkungan *Corporate Social Responsibility* pada laporan tahunan perusahaan.

c) Dimensi Sosial *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap Keagresifan Pajak pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2017. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,176 yang lebih besar dibandingkan t_{tabel} 1,990 ($2,176 > 1,990$) dan nilai signifikansi sebesar 0,032 lebih besar dari 0,05 ($0,032 < 0,05$). Nilai koefisien regresi sebesar 0,135 menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 poin Dimensi Ekonomi *Corporate Social Responsibility* akan menaikkan CuETR sebesar 0,135. Hal ini berarti bahwa Dimensi Ekonomi *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh negatif terhadap Keagresifan Pajak karena semakin tinggi nilai CuETR (mendekati satu) maka perusahaan semakin tidak agresif pajak.

Saran

a) Penelitian selanjutnya dapat menambah variabel lain sebagai variabel independen yang dapat memengaruhi Keagresifan Pajak seperti, likuiditas, *leverage*, ukuran perusahaan, profitabilitas, komisaris independen, ukuran dewan komisaris, jumlah auditor internal, dan lain sebagainya.

b) Penelitian selanjutnya dapat menggunakan proksi selain *Current ETR* yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur keagresifan pajak perusahaan seperti, GAAP ETR, *Current ETR*, *Cash ETR*, *Long-runcash ETR*, *ETR differential*, LEVX, Total LTD, *Temporary LTD*, *Abnormal Total LTD*, *Unrecognized Taxbenefit*, *Taxshelter Activity*, dan *Marginal Tax Rate*.

c) Peneliti selanjutnya disarankan dapat menambah periode pengamatan dan meneliti perusahaan yang bergerak pada sektor selain sektor manufaktur.

DAFTAR PUSTAKA

- Avi-Yonah, R. S. (2008). Corporate social responsibility and strategic tax behavior. In: Schön, W. (Ed.), *Tax and Corporate Governance*. Springer-Verlag, Berlin Heidelberg.
- Bisnis.com. (2015, Desember 11). *Industri Manufaktur Bandel, Pengendalian Pencemaran Air Jadi Merosot*. Diambil kembali dari Ekonomi: ekonomi.bisnis.com
- Cahyani, R. (2016). *Pengaruh Manajemen Laba dan Corporate Social Responsibility terhadap Agresivitas Pajak*. Jakarta: Universitas Negeri Syarif Hidayatullah.
- Chen, S., Chen, X., Chen, Q., & Shevlin, T. (2010). Are Family Firms More Tax Aggressive than Non-Family Firms? *Journal of Financial Economics*. 95, 41-61.

- Desai, M. A., & Dharmapala, D. (2006a). Corporate tax avoidance and high-powered incentives. *Journal of Financial Economics* 79, 145–179.
- Desai, M. A., & Dharmapala, D. (2006b). CSR and taxation: the missing link. *Leading Perspectives (Winter)* 4, 5.
- Fionasari, D., Savitri, E., & Andreas. (2017). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Agresivitas Pajak (Studi pada Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia). *Sorot*, 95-105.
- Freedman, J. (2003). Tax and corporate responsibility. *Tax Journal* 695 (2), 1-4.
- Freeman, R. E., & Reed, D. L. (1983). Stockholders and stakeholders: A new perspective on corporate governance. *California management review*, 88-106.
- Freise, A., Link, S., & Mayer, S. (2008). Taxation and corporate governance – The state of the art. In: Schön, W. (Ed.), *Tax and Corporate Governance. Springer-Verlag, Berlin Heidelberg*.
- Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. *New York Times*, 32-33.
- Garcia, J. (2016). The influence of corporate social responsibility on lobbying effectiveness: evidence from effective tax rates. *Available at SSRN 2745506*.
- Hanlon, M., & Heitzman, S. (2010). A Review of Tax Research. *Journal of Accounting and Economics*, 127-178.
- Hoi, C. K., Wu, Q., & Zhang, H. (2013). Is Corporate Social Responsibility (CSR) Associated with Tax Avoidance? Evidence From Irresponsible CSR Activities. *The Accounting Review* 88 (6), 2025-2059.
- Huseynov, F., & Klamm, B. K. (2012). Tax Avoidance, Tax Management and Corporate Social Responsibility . *Journal of Corporate Finance* 18(4), 804-827.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics* 3, 305–360.
- Kementrian Keuangan. (2018, Maret 24). *APBN2017*. Dipetik Desember 04, 2018, dari Kementrian Keuangan Republik Indonesia: <http://www.kemenkeu.go.id>
- Kontan.co.id. (2018, Mei 31). *Diaudit BPK, Tax Ratio 2017 hanya 10,7%*. Dipetik Desember 15, 2018, dari Kontan.co.id: <http://nasional.kontan.co.id>
- Laguir, I., Stagliano, R., & Elbaz, J. (2015). Does Corporate Social Responsibility Affect Corporate Tax Aggresiveness? *Jornal of Cleaner Production*.
- Lanis, R., & Richardson, G. (2012). Corporate Social Responsibility and Tax Aggresiveness: An Empirical Analysis. *Journal of Accounting and Public Policy*, 86-108.
- Maknani, Y., Affes, H., & Trigui, I. (2019). Do Socially Responsible Firm Pay Their Right Part of Taxes? Evidence from the

- European Union. *Journal of Applied Business and Economics*.
- Ranselaar, J. v. (2016). The Influence of Corporate Social Responsibility on the Level of Corporate Tax Avoidance.
- REPUBLIKA.co.id. (2018, Februari 12). *Pertumbuhan Manufaktur Indonesia Tertinggi di ASEAN*. Diambil kembali dari REPUBLIKA.co.id: <https://www.republika.co.id>
- Rokhlinasari, S. (2016). Teori-teori dalam Pengungkapan Informasi Corporate Social Responsibility Perbankan. *Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon*.
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods For Business, Edisi 4, Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shinta, W. A. (2017). *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Kinerja Keuangan dan Mekanisme Corporate Governance (CG) terhadap Agresivitas Pajak*. Skripsi: IAIN Surakarta.
- Sikka, P. (2010). Smoke and Mirrors: Corporate Social Responsibility and Tax Avoidance . *Accounting Forum Vol 34. No. 3-4. Taylor & Francis*.
- Sinarharapan.net. (2016, Juli 22). *Sinarharapan.net*. Diambil kembali dari Terkait CSR, Perusahaan Indonesia Belum Perhatikan Lingkungan: <http://sinarharapan.net/2016/07/terkait-csr-perusahaan-indonesia-belum-perhatikan-lingkungan/>
- Sugiyono. (2011). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Tribunnews.com. (2017). *Indonesia Masuk Peringkat ke-11 Penghindaran Pajak Perusahaan, Jepang No.3*. Dipetik Desember 2, 2018, dari www.tribunnews.com
- Valente, S. G. (2018). The Determinants of Effective Tax Rates: Firm Characteristics and Corporate Social Responsibility.
- Wahyudi, D. (2015). Analisis Empiris Pengaruh Aktifitas Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Penghindaran Pajak di Indonesia. *Proceeding Pertemuan Ilmiah Tahunan (PIT) Nasional ke-2*, 131-144.
- Wilmshurt, T. D., & Frost, G. R. (2000). Corporate Environmental Reporting: A Test of Legitimacy Theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* , 13(1), 10-26.
- Wiratmoko, S. (2018). Wiratmoko, S. (2018). The Effect of Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, and Financial Performance on Tax Avoidance. *The Indonesian Accounting Review*.