

PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK

by Erlina Diamastuti

Submission date: 17-Oct-2023 08:35AM (UTC+0700)

Submission ID: 2194424946

File name: OFITABILITAS_DAN_UKURAN_PERUSAHAAN_TERHADAP_AGRESIVITAS_PAJAK.pdf (312.91K)

Word count: 5371

Character count: 35002

**PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY,
PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP
AGRESIVITAS PAJAK**

NURFIDINIA KARIN PUTRI
ERLINA DIAMASTUTI^{1,2}
UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA

ABSTRACT

The purpose of this study was to test the influence of Corporate Social Responsibility Disclosure, profitability, and company size on tax aggressiveness of companies listed on the SRI-KEHATI Index 2015-2018. This study uses a quantitative approach in looking at the problems to be tested. Data collection uses secondary data in the form of annual financial reports and corporate sustainability reports listed in the SRI-KEHATI index. The population in this study were companies listed on the SRI-KEHATI index 2015-2018, while the sample of this study was selected using the purposive sampling method. The number of sample data that met the criteria was 13 companies. The data analysis technique in this study used multiple linear regression analysis and the data were processed using SPSS 25. The results of this study indicate that Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure has no effect on tax aggressiveness, while profitability and firm size have an effect on tax aggressiveness.

Keywords: Tax Aggressiveness, CSR, Profitability, Size

ABSTRAK

Tujuan adalah

menggunakan pendekatan kuantitatif dalam melihat permasalahan yang hendak diuji. Pengumpulan data

Kata-kata Kunci: Agresivitas Pajak, CSR, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan.

¹ Corresponding Author

² E-mail: erlina.diamsstuti@uisi.ac.id

Article info:

Received 10 January 2021 | Revised 21 February 2021 | Accepted 30 April 2021

1. PENDAHULUAN

Isu terkait dengan kepedulian perusahaan akan lingkungan dan sosial menjadi agenda yang sangat mendesak pada akhir-akhir ini. Hal ini disebabkan banyaknya perusahaan yang tidak memperdulikan berbagai dampak yang diakibatkan oleh banyaknya polusi dan kerusakan serta kesenjangan sosial sebagai akibat dari ketidakpedulian beberapa perusahaan pada kondisi di sekitarnya.

Berbagai persepsi bermunculan di tengah masyarakat sebagai jawaban atas sebuah argumentasi yang menyatakan bahwa masyarakat menganggap perusahaan kurang memberikan manfaat kepada sekitarnya. Salah satunya aktivitas operasi perusahaan yang mengeksploitasi sumber daya secara tidak terkendali dengan tujuan untuk meningkatkan laba. Hal ini seringkali menyebabkan kerusakan pada lingkungan yang tidak pernah terpikirkan oleh perusahaan.

Sebagai langkah agar argumentasi masyarakat terkait dengan keraguan terhadap perusahaan, maka berbagai aturan diterbitkan oleh Pemerintah salah satunya adalah aturan terkait tanggung jawab sosial dan lingkungan. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) sebagai praktik CSR adalah sebuah kewajiban yang disematkan oleh Pemerintah Indonesia di pundak perusahaan khususnya Perseroan Terbatas agar memerhatikan segala aspek yaitu: keuangan, sosial dan lingkungan. Praktik ini telah diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia yakni: Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (Diamastuti & Prastiwi, 2016). Praktik CSR di Indonesia telah dilakukan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia baik bersifat mandatori maupun *voluntary*. Tujuan dari praktik tersebut tentunya untuk menyeimbangkan antara keuntungan yang diperoleh dengan kemanfaatan yang diterima oleh masyarakat sekitarnya (Diamastuti *et al.* 2021).

Menurut Guthrie and Parker (1989), CSR merupakan sebuah pengungkapan yang berbentuk sebuah laporan dan diterbitkan oleh perusahaan baik bersifat finansial maupun non-finansial yang berkaitan dengan kegiatan perusahaan baik dalam lingkungan fisik dan sosial yang akan berdampak dalam masyarakat. Lebih lanjut, pengungkapannya pun dapat berupa laporan finansial maupun non-finansial. Beberapa penelitian menemukan bahwa terdapat keterkaitan antara pengungkapan CSR dengan pelaporan finansial antara lain dilakukan oleh McWilliams & Siegel (2000); Rodriguez *et al.* (2014); Xiong *et al.* (2016); Nollet *et al.* (2016); Oh *et al.* (2017); Kim *et al.* (2018); Cherian *et al.* (2019). Sedangkan penelitian yang menemukan keterkaitan pengungkapan CSR dengan faktor non-finansial antara lain: Luo & Bhattacharya (2006); Collier & Esteban (2007); Korroum (2012); Axjonow *et al.* (2016); Khalitova (2019); Diamastuti *et al.* (2021).

Berdasarkan beberapa temuan tersebut nampak bahwa para peneliti ingin melihat praktik pengungkapan CSR dari beberapa sisi. Hal ini dapat dipahami karena konsep CSR tidak pernah lepas dari teori yang menyatakan bahwa setiap perusahaan tidak akan *going concern* jika tidak memerhatikan harmonisasi antara *planet, people* dan *profit*. Konsep ini sering disebut dengan *triple bottom line*. Artinya, praktik CSR tidak dapat dilihat dari satu sisi saja namun harus dapat diteliti lebih mendalam terkait dengan aspek yang mendasarinya. Namun dalam

praktiknya, banyak perusahaan yang tidak dapat menyeimbangkan antara ketiganya.

Ada kecenderungan bahwa *profit* memiliki posisi yang lebih dominan dibandingkan dengan *planet* dan *people*. Akibatnya muncul kesenjangan kesenjangan yang terjadi di tengah masyarakat.

Profit selalu menjadi tujuan utama perusahaan. Oleh sebab itu segala cara dilakukan oleh perusahaan untuk memaksimalkan laba. Tidak terkecuali dengan cara yang digunakan oleh perusahaan untuk meminimalkan pajaknya. Beralih melakukan perencanaan pajak, maka beberapa perusahaan justru tenggelam dalam agresivitas pajak. Hal ini diperkuat dengan pernyataan Davis *et al.* (2016) yang mengatakan bahwa pembayaran pajak dapat menghambat kegiatan di dalam perusahaan di mana pembayaran pajak mengurangi kesejahteraan perusahaan dalam hal memperoleh laba sehingga perusahaan berusaha secara agresif untuk menurunkan pajak perusahaan.

Beberapa penelitian menemukan adanya hubungan terkait dengan praktik laporan CSR dan (2013).

aktivitas

Aktivitas atau kegiatan yang dilakukan untuk menurunkan pajak perusahaan bernama agresivitas pajak. Pengertian agresivitas pajak menurut Mangoting *et al.* (2019) adalah suatu keinginan perusahaan yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan untuk meminimalkan nilai beban pajak yang akan dibayarkan dengan cara yang legal, illegal, maupun kedua-duanya. Terdapat faktor-faktor lain yang memengaruhi kegiatan agresivitas pajak, faktor-faktor tersebut adalah profitabilitas dan ukuran perusahaan.

Profitabilitas dalam riset yang diungkapkan oleh Ihsan (2014) dinyatakan sebagai rasio yang dipergunakan untuk menilai kemampuan sebuah perusahaan dalam mendapatkan kesempatan untuk memperoleh keuntungan atas kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Sedangkan ukuran perusahaan merupakan sebuah skala yang digunakan untuk mengklasifikasikan besar dan kecilnya suatu perusahaan dengan cara di antaranya melihat total asset yang dimiliki oleh suatu perusahaan, nilai pasar saham, dan lain-lain serta dapat dilihat dari total penjualan yang dimiliki.

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap agresivitas pajak?
2. Apakah profitabilitas perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak?

2. LANDASAN TEORI

Teori *stakeholder* dan teori legitimasi digunakan dalam penelitian ini sebagai *base line* untuk menentukan kerangka serta arah pemikiran dalam riset ini. Teori *stakeholder* dipergunakan sebagai acuan untuk menunjukkan bahwa agresivitas pajak didasari oleh berbagai kepentingan *stakeholder* yang mempunyai kendala akan laba perusahaan. Sedangkan teori legitimasi digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada sebuah argumentasi bahwa legitimasi dari perusahaan yang

diperoleh dari kepercayaan masyarakat tetap dibutuhkan meskipun *profit* sebagai orientasi utama setiap perusahaan.

Mousa *et al.* (2015) menyatakan bahwa teori legitimasi diberlakukan oleh perusahaan pada saat melakukan kegiatan usaha yang selalu dibatasi dengan norma, nilai sosial dan reaksi terhadap batasan tersebut yang mendorong pentingnya agar perusahaan memerhatikan lingkungannya.

menunjukkan melakukan untuk meningkatkan perusahaan.

Untuk itu dalam rangka meningkatkan citra perusahaannya adalah dengan melakukan pembayaran pajak yang tepat waktu sesuai dengan prosedur yang berlaku tanpa adanya praktik perencanaan agresivitas pajak. Hal ini perlu dilakukan untuk menjaga hubungan antara perusahaan dengan pemerintah serta masyarakat, karena pajak yang dibayarkan oleh perusahaan akan kembali kepada masyarakat (Ratmono & Sagala, 2016).

Tindakan perusahaan dalam hal meningkatkan citra perusahaan melalui ketaatan dalam pembayaran pajak juga didukung dengan teori *stakeholder*. Menurut Freeman *et al.* (2004), perusahaan didirikan bukan semata-mata bertujuan untuk melayani kepentingan pemegang saham (*shareholder*) melainkan juga kepentingan-kepentingan pihak lainnya (*stakeholder*) termasuk masyarakat. Oleh sebab itu, teori ini lebih menekankan bahwa tanggung jawab sosial yang harus dipikul dan dimiliki oleh perusahaan yang menuruti mereka agar mempertimbangkan semua kepentingan berbagai pihak sebagai wujud pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*.

Stakeholder merupakan pihak yang mempunyai kepentingan yang sangat tinggi terhadap jalannya operasional perusahaan. Oleh sebab itu, *stakeholder* adalah pihak yang dapat memengaruhi atau

pelaksanaan kewajiban perpajakan selalu taat pada aturan dan tidak melakukan agresivitas pajak

Zeng (2013) dalam penelitiannya mendapatkan hasil kinerja maka akan

tindakan pajak. Sedangkan (2012) maka semakin rendah melakukan *tax evasion*. Sehingga dalam risetnya Laris & Richardson (2012) menemukan bahwa terdapat bukti yang cukup kuat dan konsisten adanya

dengan (2012) yang memiliki juga memperlihatkan sebuah Hal ini ditemukan oleh Fallan (2015) dan Devis *et al.* (2016) yang rendah

Untuk di Indonesia, penelitian yang sama telah dilakukan dengan topik bahasan mengenai pengaruh pengungkapan CSR, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak yang dilakukan di Indonesia dengan berbagai perubahan baik dalam metode perhitungan maupun sampel yang digunakan. Penelitian-penelitian tersebut memiliki hasil yang berbeda-beda. Di antaranya penelitian yang dilakukan oleh Rohman (2016) dan Sulistyowati & Ulfah

(2018) menyatakan hasil penelitian diketahui bahwa pengungkapan CSR memiliki pengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

Sedangkan Goh, Nainggolan & Sagala (2019) menemukan bahwa pengungkapan CSR dan profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak, tetapi ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Selanjutnya Wijaya (2019) mengindikasikan bahwa pengungkapan CSR memiliki pengaruh yang signifikan pada agresivitas pajak di perusahaan. Sedangkan Mustika (2017) menemukan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh terhadap agresivitas perusahaan, namun profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas perusahaan.

Untuk pengaruh ukuran perusahaan dengan agresivitas pajak dalam penelitian ini juga menjadi perhatian penting karena masih terdapat banyak kesenjangan hasil antara satu penelitian dengan lainnya. Hal ini dapat dimaklumi karena ukuran perusahaan dan tingkat agresivitas pajak merupakan hal yang menarik perhatian para peneliti. Hal ini terlihat dari banyaknya penelitian yang dilakukan terkait dengan interaksi antara kedua variabel ini, seperti: Nugraha & Meiranto (2015); Prameswari (2017); Mustika (2017); Ayam & Setyadi (2019) Mengenai hubungan antara ukuran perusahaan dan tingkat agresivitas pajak, terdapat ketidakonsistenan hasil penelitian.

Dengan terdapatnya banyak hasil penelitian yang berbeda-beda membuat peneliti ingin meneliti kembali perihal pengaruh pengungkapan CSR, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak.

Berdasarkan penelitian terdahulu maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

H2 : profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

H3 : ukuran perusahaan berpengaruh agresivitas pajak.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, karena keterkaitan atau antara perajakan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan keuangan tahunan dan laporan berkelanjutan serta indeks SRI-KEHATI selama tahun 2015-2018.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di indeks SRI-KEHATI 2015-2018. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 21 perusahaan. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, dengan kriteria sampel penelitian sebagai berikut:

1. Perusahaan yang terdaftar di indeks SRI-KEHATI dari tahun 2015-2018
2. Perusahaan yang menerbitkan laporan berkelanjutan (*sustainability report*) yang sesuai dengan standar *Global Reporting Initiatives (GRI)* selama tahun 2015-2018.

Berdasarkan data yang telah terkumpul, maka perusahaan yang memenuhi kriteria dalam pemilihan sampel dalam penelitian ini sebanyak 13 perusahaan.

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian adalah variabel independen (pengungkapan CSR, profitabilitas, dan ukuran perusahaan) dan variabel dependen (agresivitas pajak).

Tabel 1. Rumus dan Variabel Penelitian

Pengungkapan <i>Corporate Responsibility</i> (CSR) [X1]	<i>Corporate</i>	<i>Social</i>	$CSRDij = \frac{\sum X_{ij}^2}{n_i} \times 100$
Profitabilitas [X2]			$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}} \times 100$
			$NPM = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100$
Ukuran Perusahaan [X3]			Size = Ln total aset
Agresivitas Pajak [Y]			$ETR = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Pendapatan sebelum pajak}}$

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25 (2020)

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi), analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis seperti uji parameter *individual* (uji sig. t), uji kelayakan model (uji sig. F) dan uji koefisien determinasi (R^2).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil asumsi klasik dan normalitas yang telah dilaksanakan dalam penelitian ini, mendapatkan sebuah gambaran bahwa seluruh data yang digunakan terdistribusi secara normal berdasarkan uji asumsi klasik dan uji normalitas.

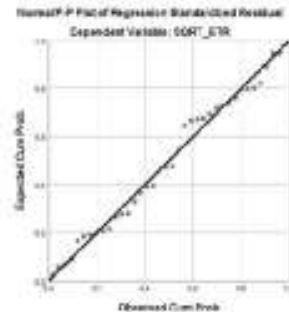
Tabel 2. Uji Normalitas

	<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	Keterangan
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,200	Data terdistribusi normal

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25 (2020)

Jika dilihat dari tabel 2, dihasilkan nilai dengan *asympt. sig (2-tailed)* sebesar 0,200, dapat dikatakan bahwa data penelitian terdistribusi secara normal, karena uji normalitas memiliki syarat bahwa jika probabilitas > 0,05 maka data terdistribusi secara normal.

Penelitian ini juga dibuktikan dengan melihat *normal probability plot* di mana grafik menunjukkan pola dengan titik menyebar mendekati garis, sehingga dapat dikatakan bahwa data penelitian tersebut memiliki nilai residual normal.



Gambar 1.
Hasil Grafik Uji Normalitas

Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics		Kesimpulan
	Tolerance	VIF	
Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	0,683	1,465	Tidak terjadi multikolinearitas
<i>Return on Assets</i> (ROA)	0,606	1,650	Tidak terjadi multikolinearitas
<i>Net Profit Margin</i> (NPM)	0,187	5,353	Tidak terjadi multikolinearitas
Ukuran Perusahaan (<i>size</i>)	0,196	5,103	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25 (2020)

Berdasarkan tabel 3 hasil uji multikolinearitas di atas menghasilkan hasil *tolerance* yang lebih besar dari 0,10, maka dapat dikatakan bahwa penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas. Apabila dilihat dari nilai *VIF*, menunjukkan hasil yang kurang 10, maka dapat dikatakan bahwa penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas (*independen*).

Uji Autokorelasi

Tabel 4. Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson	Keterangan
1.	1,753	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25 (2020)

Berdasarkan tabel 4 menjelaskan bahwa uji autokorelasi menghasilkan nilai *Durbin Watson* sebesar 1,753. Dapat dijelaskan bahwa dua tabel menunjukkan nilai

1,7223 dan nilai d_l adalah 1,2614, lalu apabila dijadikan rumus sesuai dengan kriteria *Durbin Watson* $du < dw < 4-du$ menghasilkan $1,7223 < 1,753 < 2,277$, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

$$Y = \alpha + \beta_1 CSRI + \beta_2 ROA + \beta_3 NPM + \beta_4 SIZE + e$$

Keterangan :

- Y = Agresivitas pajak perusahaan yang diukur dengan ETR
- α = Konstanta
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ = Koefisien regresi
- CSRI = Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)
- ROA = *Return On Asset* (ROA)
- NPM = *Net Profit Margin* (NPM)
- SIZE = Ukuran perusahaan
- e = Error

Hasil perhitungan analisis regresi linier berganda sebagai berikut :

Tabel 5. Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	B	Sig.	Keterangan
(Constant)	1,923	0,000	-
Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	(0,014)	0,368	Koefisien negatif
<i>Return On Assets</i> (ROA)	(0,237)	0,000	Koefisien negatif
<i>Net Profit Margin</i> (NPM)	(0,033)	0,109	Koefisien negatif
Ukuran Perusahaan (<i>size</i>)	(0,131)	0,002	Koefisien negatif

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25 (2020)

Uji Hipotesis

Tabel 6. Uji Parameter Individual (Uji Sig. T)

Variabel	Sig	Keterangan
(Constant)	0,000	-
Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	0,368	Tidak berpengaruh
<i>Return On Assets</i> (ROA)	0,000	Berpengaruh
<i>Net Profit Margin</i> (NPM)	0,109	Tidak berpengaruh
Ukuran Perusahaan (<i>size</i>)	0,002	Berpengaruh

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25 (2020)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa pengaruh pengungkapan CSR, profitabilitas yang diprosikan menggunakan perhitungan *Return on Assets* (ROA) dan *Net Profit Margin* (NPM), dan ukuran perusahaan (*size*) terhadap agresivitas pajak sebagai berikut:

1. Pengaruh pengungkapan CSR terhadap agresivitas pajak.

Berdasarkan hasil uji parameter individual (uji sig. t) pada tabel di atas menunjukkan hasil pengaruh pengungkapan CSR atau nilai X sebesar 0,368, hal tersebut menunjukkan bahwa nilai $X > 0,05$ dapat dituliskan ($0,368 > 0,05$) di mana H_a ditolak dan H_o diterima, maka dapat dijelaskan bahwa variabel pengungkapan CSR secara individual tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

2. Pengaruh profitabilitas terhadap agresivitas pajak

a. *Return on Assets* (ROA)

Berdasarkan hasil uji parameter individual (uji sig. t) pada tabel di atas menunjukkan hasil ROA atau nilai X sebesar 0,000, hal tersebut menunjukkan bahwa nilai $X < 0,05$ dapat dituliskan ($0,000 < 0,05$) di mana H_a diterima dan H_o ditolak, maka dapat dijelaskan bahwa variabel profitabilitas dengan menggunakan rumus ROA secara individual berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

b. *Net Profit Margin* (NPM)

Berdasarkan hasil uji parameter individual (uji sig. t) pada tabel di atas menunjukkan hasil NPM atau nilai X sebesar 0,109, hal tersebut menunjukkan bahwa nilai $X > 0,05$ dapat dituliskan ($0,109 > 0,05$) di mana H_a ditolak dan H_o diterima, maka dapat dijelaskan bahwa variabel profitabilitas dengan menggunakan rumus NPM secara individual tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

3. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak

Berdasarkan hasil uji parameter individual (uji sig. t) pada tabel di atas menunjukkan hasil ukuran perusahaan atau nilai X sebesar 0,002, hal tersebut menunjukkan bahwa nilai $X < 0,05$ dapat dituliskan ($0,002 < 0,05$) di mana H_a diterima dan H_o ditolak, maka dapat dijelaskan bahwa variabel ukuran perusahaan secara individual berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Uji Parameter Individual (Uji Sig. F)

Tabel 7. Uji Parameter Individual (Uji Sig. F)

Model	F	Sig.	Keterangan
Regression	19,962	0,000	Signifikan

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25 (2020)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa hasil hitung uji kelayakan model (uji sig. F) diperoleh F hitung sebesar 19,962 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Apabila dilihat dari kriteria pengambilan keputusan yang menunjukkan nilai signifikansi $F < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara semua variabel independen (pengungkapan CSR, profitabilitas, dan ukuran perusahaan) terhadap variabel dependen (agresivitas pajak).

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 8. Koefisien Determinasi (R²)

Model	R Square
1.	0,672

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25 (2020)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa hasil koefisien determinasi sebesar 0,672, dan apabila dijadikan persentase sebesar 67,2%. Hal tersebut dapat dijelaskan bahwa variabel independen (pengungkapan CSR), profitabilitas, dan ukuran perusahaan) memengaruhi variabel dependen (agresivitas pajak) sebesar 67,2%, sedangkan sisanya sebesar 32,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam model penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis statistik maka pengungkapan secara signifikan. Hal ini dapat dijelaskan berdasarkan sebuah argumentasi bahwa semakin gencar perusahaan melakukan pengungkapan CSR, maka semakin tinggi tanggung jawab perusahaan untuk mengungkapkan aktivitas keberlangsungan perusahaan pada lingkungan di sekitar dapat diasumsikan bahwa perusahaan tersebut berani tampil di tengah masyarakat, sehingga masyarakat dapat memberikan sebuah persepsi bahwa perusahaan telah melakukan pembayaran pajak sesuai dengan regulasi yang berlaku. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan beberapa hasil temuan yang telah dipublikasikan antara lain: Jessica & Toly (2014); Rina (2016); Makhdudloh *et al.* (2018) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mustika (2017); Amelia (2018) yang menjelaskan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Lobih lanjut, penelitian ini juga menggunakan variabel profitabilitas dalam melihat pengaruhnya terhadap agresivitas pajak dan hasilnya profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan yang terdaftar dalam indeks SRI-KEHATI. Peneliti memutuskan untuk menggunakan rumus ROA sebagai acuan dikarenakan belum terdapat peneliti yang meneliti hubungan antara NPM dengan agresivitas pajak. Hal ini perlu dijadikan pertimbangan mengingat dalam pendekatan kuantitatif riset sebelumnya menjadi fokus utama dalam menentukan sebuah variabel tersebut dapat digunakan atau tidak. Karena peneliti tidak memiliki acuan apakah hipotesis yang dihasilkan benar atau tidak, maka keputusannya adalah tetap menghitung namun peneliti tidak membahas lebih mendalam.

Profitabilitas menjadi variabel yang sangat berpengaruh terhadap aktivitas agresivitas pajak, hal ini dapat dimaklumi karena penghindaran pajak, penggelapan pajak dilakukan oleh wajib pajak dengan alasan untuk mempertahankan tingkat keuntungannya agar tidak berkurang dengan adanya kewajiban perpajakan. Jika dilihat kembali perusahaan yang terdaftar di Indeks SRI-KEHATI telah mampu mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang sesuai target yang telah ditentukan serta mampu mengelola asset yang dimiliki.

Kegiatan agresivitas pajak kemungkinan dilakukan untuk mempertahankan laba perusahaan yang telah didapatkan, karena meningkatnya laba perusahaan yang dihasilkan secara tidak langsung memberikan gambaran kinerja perusahaan tersebut tergolong baik. Hasil penelitian ini didukung oleh peneliti Rina (2016) dan Reminda (2017) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jessica & Toly (2014); Mustika (2017) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

Varibel selanjutnya yang digunakan dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan. Hasil yang diperoleh berdasarkan analisis data adalah H_1 berpengaruh H_2 dalam H_3 . Hal tersebut dapat dikatakan bahwa perusahaan yang besar cenderung memiliki perencanaan pajak yang baik dengan mempraktikkan ilmu akuntansinya untuk membuat pembayaran pajak menjadi kecil, karena perusahaan besar memiliki sumber daya yang memadai, serta perusahaan besar juga memiliki kekuatan ekonomi dan politik yang cukup besar sehingga terdapat indikasi bahwa perusahaan besar mungkin melakukan agresivitas pajak. Namun apabila ditinjau lebih kembali perusahaan yang terdaftar dalam indeks SRI-KEHATI melakukan kegiatan pengungkapan laporan keuangan, laporan keberlanjutan, serta informasi yang lain secara transparansi sehingga perusahaan-perusahaan tersebut tergolong perusahaan yang memiliki kinerja baik. Hasil penelitian ini didukung oleh Reminda (2017) dan Ayem & Setyadi (2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan Jessica & Toly (2014); Nugraha & Meiranto (2015) dan Rina (2016) serta Prameswari (2017) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan yang terdaftar dalam indeks SRI-KEHATI. Hasil ini merujuk pada beberapa temuan pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Temuan ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan adalah sebagai wujud untuk mengungkapkan sebuah kepedulian perusahaan yang mungkin dirasakan tidak berkaitan dengan agresivitas pajak.
2. Profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan yang terdaftar dalam indeks SRI-KEHATI. Temuan ini dapat disimpulkan bahwa kegiatan penghindaran pajak dilakukan semata-mata oleh perusahaan karena keinginan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar.
3. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan yang terdaftar dalam indeks SRI-KEHATI. Temuan ini dapat disimpulkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka semakin kecil keinginan untuk melakukan tindakan agresivitas pajak karena perusahaan yang besar juga mempertimbangkan *image* terhadap masyarakat.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut:

1. Penelitian ini menggunakan indeks SRI-KEHATI sebagai sampel dalam melakukan penelitian, sehingga dapat dikatakan bahwa penelitian ini belum memberikan penjelasan secara luas mengenai agresivitas pajak.
2. Penelitian ini menggunakan variabel pengungkapan CSR profitabilitas dan ukuran perusahaan. Sementara itu masih terdapat variabel penjas lainnya yang masih belum diteliti dalam penelitian ini.

Saran

Bagi peneliti selanjutnya dapat menambah variabel-variabel yang belum diteliti dalam penelitian ini seperti *leverage*, *capital intensity*, dan kepemilikan keluarga serta juga dapat melakukan penelitian pada perusahaan jenis sektor lainnya, seperti: sektor-sektor yang terdapat di Bursa Efek Indonesia atau juga menggunakan indeks-indeks yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, N. R. (2018). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Corporate Governance terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI Tahun Oleh : Nama : Nancy Rizki Amelia Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta).
- Axjonow, A., Ernstberger, J., & Pott, C. (2018). The Impact of Corporate Social Responsibility Disclosure on Corporate Reputation: a Non-Professional Stakeholder Perspective. *Journal of Business Ethics*, 151(2), 429–450. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3225-4>
- Ayem, S., & Setyadi, A. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Komite Audit dan Capital Intensity terhadap Agresivitas Pajak (Studi pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2013- 2017). *Jurnal Akuntansi Pajak Dewantara*, 1(2), 228–241. <https://doi.org/10.24964/japd.v1i1.905>
- Cherian, J., Umar, M., Thu, P. A., Nguyen-Trang, T., Sial, M. S., & Khuong, N. V. (2019). Does Corporate Social Responsibility Affect the Financial Performance of the Manufacturing Sector? Evidence from an Emerging Economy. *Sustainability (Switzerland)*, 11(4). <https://doi.org/10.3390/su11041162>
- Collier, J., & Esteban, R. (2007). Corporate Social Responsibility and Employee Commitment. *Business Ethics: a European Review*, 16(1), 19–33. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8608.2006.00466.x>
- Davis, A. K., Guenther, D. A., Krull, L. K., & Williams, B. M. (2016). Do Socially Responsible Firms Pay More Taxes. *The Accounting Review*, 91(1), 47–68.
- Diamastuti, E., Muafi, M., Fitri, A., & Feizaty, N. E. (2021). The Role of Corporate Governance in the Corporate Social and Environmental Responsibility Disclosure. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(1), 187–198. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no1.187>
- Diamastuti, E., & Pratiwi, D. (2016). "Success Virus" The Practice of Corporate Social Responsibility and Improvement of Local Economic Development Through Partnership Program (Study in Trained Partners of Indonesia Cement Ltd in Gresik Indonesia). *SSRN Electronic Journal*, August. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2794736>
- Falan, E. (2015). Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: a Test of Legitimacy Theory. *Social and Environmental Accountability Journal*, 35(3), 198–200. <https://doi.org/http://doi.org/10.1080/0969160X.2015.1093778>
- Freeman, R. E., Wicks, A. C., & Parmar, B. (2004). Stakeholder Theory and "The Corporate Objective Revisited." *Organization Science*, 15(3). <https://doi.org/10.1287/orsc.1040.0066>

- Goh, Nainggolan, D., & Saçala. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2015-2018. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Methodist*, 3(3), 1689–1699.
- Guthrie, J., & Parker, L. D. (1989). Corporate Social Reporting: a Rebuttal of Legitimacy Theory. *Accounting and Business Research*, 19(76), 343–352. <https://doi.org/10.1080/00014788.1989.9728963>
- Ihsan, A. K. (2014). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Likuiditas, dan Profitabilitas terhadap Luas Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI). *Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember*, 1–21.
- Jessica, & Toly, A. A. (2014). Pengaruh Pengungkapan Program Corporate Social Responsibility. *Tax & Accounting Review*, 5(2), 193–203.
- Khalitova, L. (2019). *The Impact of National Culture on the Saliency of CSR Issues in International Media Coverage*.
- Kim, K. H., Kim, M. C., & Qian, C. (2018). Effects of Corporate Social Responsibility on Corporate Financial Performance: a Competitive-Action Perspective. *Journal of Management*, 44(3), 1097–1118. <https://doi.org/10.1177/0149206315602530>
- Korroum, D. (2012). *The Cultural Influence on Corporate Social Responsibility Management Essay*. 1–5.
- Lanis, R., & Richardson, G. (2012). Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: an Empirical Analysis (2012) 31(1) 86-108. *Journal of Accounting and Public Policy*, 31(1), 86–108. <https://doi.org/DOI: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*, 26(1), 75–100. <https://doi.org/10.1108/09513571311285621>
- Luo, X., & Bhattacharya, C. B. (2006). Corporate Social Responsibility, Customer Satisfaction, and Market Value. *Journal of Marketing*, 70(4), 1–18. <https://doi.org/10.1509/jmkg.70.4.1>
- Makhtudloh, F., Herawati, N., & Wulandari, A. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Perencanaan Agresivitas Pajak. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 18(1), 48. <https://doi.org/10.20961/jab.v18i1.235>
- Mangoling, Y., Charysta, V., Martina, D., & Fransiska, S. (2019). Transparency as Anticipation of Tax Avoidance Behavior through Corporate Social Responsibility. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 11(1), 15–25.

<https://doi.org/10.15294/jda.v11i1.18582>

- McWilliams, A., & Siegel, D. (2000). Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Correlation or Misspecification? *Strategic Management Journal*, 21(5), 603–609. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(200005\)21:5<603::AID-SMJ101>3.0.CO;2-3](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(200005)21:5<603::AID-SMJ101>3.0.CO;2-3)
- Mousa, et. al., G. A. (2015). Legitimacy Theory and Environmental Practices: Short Notes. *International Journal of Business and Statistical Analysis*, 2(1), 41–53. <https://doi.org/10.12785/ijbsa/020104>
- Mustika. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Capital Intensity, dan Kepemilikan Keluarga terhadap Agresivitas Pajak. *JOMFekom*, 4(1), 1960–1970.
- Mustika. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Capital Intensity dan Kepemilikan Keluarga terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan dan Pertanian yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 4(1), 1886–1900.
- Nollet, J., Filis, G., & Mitrokostas, E. (2016). Corporate Social Responsibility and Financial Performance: a Non-Linear and Disaggregated Approach. *Economic Modelling*, 52, 400–407. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2015.09.019>
- Nugraha, N. B., & Meiranto, W. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage dan Capital Intensity terhadap Agresivitas Pajak. *Diponegoro Journal of Accounting* (Vol. 4).
- Oh, S., Hong, A., & Hwang, J. (2017). An Analysis of CSR on Firm Financial Performance in Stakeholder Perspectives. *Sustainability (Switzerland)*, 9(6), 1–12. <https://doi.org/10.3390/su9061023>
- Prameswari, F. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 3(4), 74–90. fe.ubhara.ac.id
- Ratmono, D., & Sagala, W. M. (2016). Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Sarana Legitimasi: Dampaknya terhadap Tingkat Agresivitas Pajak. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*. <https://doi.org/10.21831/nominal.v4i2.7997>
- Reminda, A. D. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Capital Intensity terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2013-2015). *JOM Fekon*, Vol. 4(2), 4279–4293.
- Rina, N. F. (2016). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR), Ukuran Perusahaan (Size), Leverage, Return on Asset (ROA) dan Kepemilikan Keluarga terhadap Agresivitas Pajak. *Surakarta Journal of*

Accounting.

- Rodríguez, M. del M. M., Gallego, A. C., & Pérez, B. E. (2014). Corporate social Responsibility and Financial Performance: a Meta-Analysis. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 43(2), 193–215. <https://doi.org/10.1060/02102412.2014.911000>
- Rohman, P. (2016). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Diponegoro Journal of Accounting*, 4(2003), 1–9.
- Sulistiyowati, S., & Ulfah, L. A. (2018). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, dan Leverage terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2015. *BALANCE: Jurnal Akuntansi, Auditing Dan Keuangan*, 15(2), 237–253. <https://doi.org/10.25170/balance.v15i2.84>
- Watson, L. (2012). *Corporate Social Responsibility, Tax Avoidance, and Tax Aggressiveness*.
- Wijaya, D. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Leverage, dan Kepemilikan Manajerial terhadap Agresivitas Pajak. *Widyakala Journal*, 6(1), 55. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v6i1.147>
- Xiong, B., Lu, W., Skitmore, M., Chau, K. W., & Ye, M. (2016). Virtuous Nexus Between Corporate Social Performance and Financial Performance: a Study of Construction Enterprises in China. *Journal of Cleaner Production*, 129, 223–233. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.04.078>
- Zeng, Q. (2013). Corporate Social Responsibility in Chinese State-Owned Enterprises in South Africa: An Empirical Study of Managerial Attitudes BY Management. *University of the Witwatersrand, Johannesburg*, in the September.

PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

8%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

doaj.org

Internet Source

4%

2

repository.uisi.ac.id

Internet Source

4%

Exclude quotes On

Exclude matches < 3%

Exclude bibliography On