

**PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DENGAN UKURAN
PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE*
SEBAGAI VARIABEL KONTROL**

SKRIPSI



Oleh

ANA AIMATUR RIFKI

NIM: 12520115

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2016**

**PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DENGAN UKURAN
PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE*
SEBAGAI VARIABEL KONTROL**

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



ANA AIMATUR RIFKI

NIM: 12520115

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2016**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DENGAN UKURAN
PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN LEVERAGE
SEBAGAI VARIABEL KONTROL**

SKRIPSI

Oleh

ANA AIMATUR RIFKI

NIM: 12520115

Telah disetujui 11 Juni 2016

Dosen Pembimbing



Niken Nindya Hapsari, SE., M.SA., AK., CA

Mengetahui
Ketua Jurusan



Nanik Wahyuni, SE., M.Si., AK., CA

NIP. 19720322 200801 2 005

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DENGAN UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN LEVERAGE SEBAGAI VARIABEL KONTROL

SKRIPSI

Oleh
ANA AIMATUR RIFKI
NIM :12520115

Telah Dipertahankan di Depan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada 23 Juni 2016

Susunan Dewan Penguji:

Tanda Tangan

1. Ketua
Sri Andriani, SE., M.Si
NIP. 19750313 200912 2 001 ()
2. Dosen Pembimbing/ Sekretaris
Niken Nindya Hapsari, SE., M.SA., Ak, CA ()
3. Penguji Utama
Yona Octiani Lestari, SE., MSA., CSRS., CSRA ()
NIP. 19771025 200901 2 006

Disahkan Oleh:
Ketua Jurusan,



Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak., CA
NIP. 19720322 200801 2 005

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ana Aimatur Rifki
Nim : 12520115
Fakultas/ Jurusan : Ekonomi/ Akuntansi

menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul:

PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DENGAN UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE* SEBAGAI VARIABEL KONTROL

adalah hasil karya saya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila dikemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun

Malang, 30 Juni 2016

Hormat saya



Ana Aimatur Rifki
Nim: 12520115

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya Kecil Ini Penulis Persembahkan Untuk Kedua Orang Tau Penulis Bapak Mashudi Dan Ibu Lilik Nur Hasanah Yang Senantiasa Mendoakan, Mengorbankan Tenaga, Fikiran Dan Hartanya Untuk Mengasuh, Mendidik Memberi Dukungan Dan Nasehat Demi Kebahagiaan Dan Kesuksesan Penulis. Penulis Persembahkan Pula Pada Semua Guru-Guru Yang Telah Mengalirkan Ilmunya Pada Penulis. Semoga Amal Sholih Beliau Diterima Oleh Allah Dan Selalu Mendapatkan Limpahan Dan Kenikmatan-Nya

HALAMAN MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ
حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

“SESUNGGUHNYA ALLAH TIDAK
AKAN MENGUBAH NASIB SUATU
KAUM KECUALI KAUM ITU SENDIRI
YANG MENGUBAH APA APA YANG
PADA DIRI MEREKA ” QS AR-RA'D:11

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap *Corporate Social Responsibility* dengan Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage* Sebagai Variabel Kontrol”.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari lautan kemusyrikan menuju pantai keimanan, yakni Dinul Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mudjia Rahadji, M.Si selaku rector Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
2. Bapak Dr. H. Salim Al-Idrus, MM., M. Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Nanik Wahyuni, SE., M.Si., AK., CA selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Maang
4. Ibu Niken Nindya Hapsari, SE., M. SA., Ak., CA selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu memberikan waktunya untuk membimbing dan memotivasi dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
5. Ibu Sri Andriani, SE., M.Si selaku Dosen Wali dan Ketua Tax Center yang tak pernah lelah memberikan arahan dan dukungan selama menaungi ilmu di Universitas Islam Negeri Maulana malik Ibrahim Malang.

6. Bapak Ibu Dosen Universitas Islam Negeri Maulana malik Ibrahim Malang dan seluruh staff karyawan Fakultas Ekonomi
7. Ibu, bapak, kakak, adik dan seluruh keluarga yang senantiasa memberikan do'a dan dukungan secara moril dan spiritual.
8. Teman-teman Jurusan Akuntansi angkatan 2012 yang telah memberikan semangat dan dukungannya dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
9. Dan seluruh pihak yang terlihat langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persati.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Amin Ya Robbal 'Alamiin...

Malang, 30 Juni 2016

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUT DEPAN	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK (Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris dan Bahasa Arab)	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	16
2.2.1 Teori Legitimasi	16
2.2.2 Teori <i>Stakeholder</i>	18
2.2.3 Agresivitas Pajak	20
2.2.4 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	23
2.2.5 <i>Corporate Social Responsibility CSR Disclosure</i>	26
2.2.6 Ukuran perusahaan	36
2.2.7 Profitabilitas	37
2.2.8 <i>Leverage</i>	38
2.2.9 Kajian Keislaman	39
2.2.6.1. Pajak Dalam Islam	39
2.2.6.2. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> Dalam Islam	41
2.3 Kerangka Konsep	43
2.4 Perumusan Hipotesis	44
2.4.1. Pengaruh Agresivitas pajak Terhadap <i>Corporate sosial responsibility</i>	44
2.4.2. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan <i>Leverage</i> Terhadap <i>Corporate sosial responsibility</i>	45
2.4.3. Pengaruh Agresivitas pajak, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan <i>Leverage</i> Terhadap <i>Corporate sosial responsibility (CSR)</i>	46

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	47
3.2 Populasi dan sampel.....	47
3.3 Teknik Pengambilan Sampel	48
3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	50
3.4.1 Variabel Independen	50
3.4.2 Variabel Dependen.....	51
3.4.3. Variabel Kontrol	59
3.4.3.1. . Ukuran Perusahaan	59
3.4.3.2. . Profitabilitas	59
3.4.3.3. . Leverage.....	60
3.5 Metode Analisa Data.....	60
3.5.1. Analisis Statistic Deskriptif.....	61
3.5.2. Uji Asumsi klasik.....	61
3.5.1.1 Uji Normalitas.....	61
3.5.1.2 Uji Multikolinearitas.....	62
3.5.1.3 Uji Heteroskedastisitas.....	62
3.5.1.4 Uji Autokorelasi.....	63
3.6. Pengujian Hipotesis	64
3.6.1. Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	64
3.6.2. Uji Signifikansi Parameter Individual.....	64
3.6.3. Koefisien Determinasi.....	65

BAB IV PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	66
4.2. Analisis data	68
4.2.1. Analisis Statistik Deskriptif	68
4.2.2. Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	76
4.2.2.1 Hasil Pengujian Hipotesis.....	76
4.2.3. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan <i>Leverage</i> Terhadap CSR.....	79
4.2.3.1 Uji Asumsi Klasik	79
4.2.3.2 Hasil pengujian Hipotesis.....	84
4.2.4. Pengaruh Agresivitas Pajak, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan <i>Leverage Corporate Social</i> <i>Responsibility</i> Terhadap	88
4.2.4.1. Uji Asumsi Klasik	88
4.2.4.2. Hasil pengujian Hipotesis	93
4.3. Pembahasan.....	95
4.3.1. Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap CSR dengan Ukuran perusahaan, Profitabilitas dan <i>Leverage</i> Sebagai variabel Kontrol	95
4.3.2. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan <i>Leverage</i> Terhadap CSR.....	97
4.3.3. Pengaruh Agresivitas Pajak, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan <i>Leverage</i> Terhadap <i>Corporate Social</i>	

<i>Responsibility</i>	99
BAB V PENUTUP	
5.1.Kesimpulan	100
5.2.keterbatasan Penelitian.....	101
5.3.Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Penentuan Jumlah Sampel Penelitian	49
Tabel 3.2 Indikator Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	51
Tabel 4.1 Penentuan Jumlah Sampel Penelitian	67
Tabel 4.2 Daftar Nama Perusahaan.....	68
Tabel 4.3 Perhitungan CETR	69
Tabel 4.4 Perhitungan CSR.....	71
Tabel 4.5 Perhitungan Ukuran perusahaan	72
Tabel 4.6. Perhitungan Profitabilitas.....	73
Tabel 4.7 Perhitungan <i>Leverage</i>	74
Tabel 4.8 Analisis Statistik Deskriptif	75
Tabel 4.9 Uji Signifikansi Parameter Individual.....	77
Tabel 4.10 Uji Koefisien Determinasi	78
Tabel 4.11 Uji Normalitas.....	80
Tabel 4.12 Uji Multikolinieritas.....	81
Tabel 4.13 Uji Heterokedastisitas	82
Tabel 4.14 Uji Autokorelasi.....	84
Tabel 4.15 Uji Signifikansi Parameter Individual.....	85
Tabel 4.16 Uji Koefisien Determinasi	86
Tabel 4.17 Uji Normalitas.....	89
Tabel 4.18 Uji Multikolinieritas.....	90
Tabel 4.19 Uji Heterokedastisitas	91
Tabel 4.20 Uji Autokorelasi.....	93
Tabel 4.21 Uji Signifikansi Simultan.....	94
Tabel 4.22 Uji Koefisien Determinasi	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. kerangka Konseptual 43



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Penentuan Jumlah Sampel Penelitian
- Lampiran 2. Daftar Nama Perusahaan
- Lampiran 3. Perhitungan Variabel – Variabel Penelitian
- Lampiran 4. Indikator Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)
- Lampiran 5. *Check List* pengungkapan CSR
- Lampiran 6. Hasil Perhitungan SPSS
- Lampiran 7. Biodata peneliti



ABSTRAK

Ana Aimatur Rifki. 2016, SKRIPSI. Judul: “Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap *Corporate Social Responsibility* dengan Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage* Sebagai Variabel Kontrol”.

Pembimbing : Niken znindya Hapsari, SE., M.SA., AK., CA

Kata Kunci : Agresivitas Pajak, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage* dan *Corporate Social Responsibility*

Perusahaan yang melakukan agresivitas pajak berarti mengurangi jumlah pajak yang harus dibayarkan kepada negara dan berdampak langsung pada penerimaan negara yang lebih sedikit dari yang seharusnya. Dengan kata lain perusahaan dianggap tidak bertanggung jawab secara sosial. Untuk mendapatkan *image* positif dari masyarakat karena telah melakukan agresivitas pajak maka perusahaan mengeluarkan dan mengungkapkan CSR sebagai bukti bahwa perusahaan tersebut bertanggung jawab sosial kepada masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: pengaruh agresivitas pajak terhadap *corporate social responsibility* dengan ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* sebagai variabel kontrol.

Fokus penelitian ini adalah 12 perusahaan pertanian dan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2012-2014. Data yang digunakan adalah data sekunder yaitu laporan keuangan dan laporan tahunan yang diperoleh dari situs resmi IDX dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan *software* SPSS 16,0

Hasil analisis menunjukkan bahwa agresivitas pajak tidak berpengaruh positif terhadap CSR. Ukuran Perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap CSR dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap CSR. Dan agresivitas pajak apabila diuji bersama-sama dengan variabel kontrol yakni ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap CSR

ABSTRACT

Ana Aimatur Rifki. 2016, ESSAY. Title: “The Influence of Aggressiveness Tax Against Corporate Social Responsibility By Company Size, Profitability And Leverage As Control Variables”.

Advisor : Niken znindya Hapsari, SE., M.SA., AK., CA

Keywords : Agresiviness Tax Size, Profitability, Leverage and of Corporate Social Responsibility

A company that does tax aggressiveness means less the amount of tax shall be paid to the state and a direct impact on the state revenues less than it should. In other words the company considered to be socially responsible. To get positive image from the communities due to have done and aggressiveness tax companies issued and reveal CSR as evidence that the company was responsible to social community to. This research aims to understand the influence of aggressiveness: taxes on corporate social responsibility with the size of the company, profitability and leverage as control variables.

The focus of this study was 12 farming enterprise and mining enrolled in 2012-2014 year. The data used was secondary data that is financial reports and annual report obtained in its official website IDX to technique the sample used is purposive sampling. Data analysis using analysis linear regression multiple with software spss 16,0

The analysis shows that aggressiveness tax not have had a positive impact on csr. The size of the company and profitability have had a positive impact significant impact on CSR and leverage has not been affecting the CSR. And aggressiveness tax when tested together with control variables namely the size of the company, profitability and leverage shows the existence of the influence of a significant impact on CSR.

الملخص

أنا أئمة الرفق. ٢٠١٦، البحث الجامعي. الموضوع: "تأثير العدوانية للضرائب على المسؤولية الاجتماعية للشركات مع حجم الشركة والربحية والنفوذ كمتغيرات التحكم." المشرفة: نيكين نينديا هابساري، الماجستير.

الكلمات الرئيسية: العدوانية للضرائب، حجم الشركات، والربحية، والنفوذ، والمسؤولية الاجتماعية للشركات

إن الشركة التي فعلت العدوانية للضرائب يعني تخفيض مبلغ الضريبة التي يجب أن تدفع إلى الدولة، ولها تأثير مباشر على قبول البلد قليلاً أكثر مما يجب. وبعبارة أخرى تعتبر الشركة غير مسؤولة اجتماعياً. للحصول على صورة إيجابية للمجتمع كما كانت تفعل العدوانية للضرائب فالشركة تصدر وتكشف أن المسؤولية الاجتماعية للشركات دليل على أن تلك الشركة مسؤولة اجتماعياً للمجتمع. يهدف هذا البحث إلى معرفة: تأثير النزعة العدوانية للضرائب على المسؤولية الاجتماعية للشركات مع حجم الشركة والربحية والنفوذ كمتغير التحكم.

ويتركز هذا البحث على ١٢ الشركة الزراعية والتعدينية المسجلة في الشركة في BEI عام ٢٠١٢-٢٠١٤. البيانات المستخدمة هي البيانات الثانوية وهي التقارير المالية والتقارير السنوية التي يتم استردادها من الموقع IDX. وكيفية أخذ العينات المستخدمة هي العينات الهادفة ز وتحليل البيانات باستخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد باستخدام برنامج SPSS ١٦،.

فنتائج تحليل البيانات هي أن العدوانية للضرائب ليست لها أي تأثير إيجابي على المسؤولية الاجتماعية للشركات. حجم الشركة والربحية له تأثير إيجابي كبير للمسؤولية الاجتماعية للشركات والنفوذ ليس له تأثير للمسؤولية الاجتماعية للشركات. والعدوانية للضرائب عند اختباره مع متغيرات التحكم وهي حجم الشبكة، الربحية، ونفوذ أظهرت وجود تأثير كبير على المسؤولية الاجتماعية للشركات.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Penerimaan negara merupakan hal yang sangat penting bagi suatu negara untuk mendanai berbagai pengeluaran pemerintah. Pendapatan negara yang dibutuhkan pemerintah guna memenuhi kebutuhan negara dan masyarakat yang semakin meningkat dari tahun ke tahun menghendaki tersedianya dana yang jumlahnya semakin meningkat. Hal ini menuntut kerja keras pemerintah untuk dapat mencari sumber penerimaan negara yang mencukupi bagi pembiayaan pengeluaran pemerintah tersebut.

Menurut Departemen Anggaran (2016) pendapatan negara terbesar diperoleh dari pajak. Dari tahun 2010 sampai tahun 2014 tercatat bahwa penerimaan pajak semakin meningkat dari tahun ke tahun.. Penerimaan perpajakan terdiri atas pendapatan pajak dalam negeri dan pendapatan pajak perdagangan international. Dalam periode 2010-2014, realisasi penerimaan perpajakan mengalami peningkatan yang sangat signifikan dari Rp.723.306,7 miliar pada tahun 2010 menjadi Rp. 1.146.865,8 miliar pada tahun 2014, dengan pertumbuhan rata-rata sebesar 12,2 % per tahun. Sejalan dengan semakin meningkatnya realisasi penerimaan perpajakan, kontribusi penerimaan perpajakan terhadap pendapatan dalam negeri juga meningkat, dari 72,9 % pada tahun 2010 menjadi 74,2 % pada tahun 2014. Pertumbuhan penerimaan perpajakan tertinggi terjadi di tahun 2011 sebesar 20,8 %, tetapi setelah itu pertumbuhan penerimaan

perpajakan terus menurun dari 12,2 % pada tahun 2012 menjadi 6,5 % pada tahun 2014. Semakin menurunnya pertumbuhan penerimaan pajak disebabkan oleh semakin menurunnya penerimaan dari pajak dalam negeri dan pajak perdagangan internasional sebagai dampak dari memburuknya perekonomian global yang berpengaruh kepada perekonomian domestik. Dalam APBNP tahun 2015, penerimaan perpajakan ditargetkan sebesar Rp.1.489.255,5 miliar atau meningkat sebesar 29,9 % dari realisasi tahun sebelumnya

Rendahnya realisasi pertumbuhan ekonomi pada semester 1 tahun 2015 membuat pemerintah merevisi target penerimaan perpajakan hingga akhir tahun 2015 menjadi sebesar Rp.1.366.996,6 miliar atau lebih rendah Rp.122.258,8 miliar dari target dalam APBNP tahun 2015. Meskipun demikian dalam perkiraan realisasi tahun 2015, target penerimaan perpajakan menunjukkan peningkatan sebesar 19,2 % dari realisasi tahun sebelumnya.

Penerimaan perpajakan dalam APBN tahun 2016 ditargetkan sebesar Rp.1.546.664,6 miliar atau meningkat sebesar 3,9 % jika dibandingkan dengan APBNP tahun 2015. Peningkatan tersebut terutama dipengaruhi oleh perkiraan membaiknya pertumbuhan ekonomi pada tahun 2016 dan didukung oleh kebijakan-kebijakan di bidang perpajakan, peningkatan kapasitas organisasi, serta penyempurnaan berbagai peraturan termasuk ketentuan umum dan tata cara perpajakan.

Data Departemen Anggaran di atas menjelaskan bahwa selama 7 tahun terakhir Pemerintah berhasil meningkatkan pendapatan negara dan sumber penerimaan negara terbesar adalah dari pajak. Oleh karena itu, pemerintah harus

membuat kebijakan dibidang pendapatan negara khususnya perpajakan yang menjadi kontributor utama bagi penerimaan dalam negeri

Definisi pajak menurut Undang-Undang Nomor 16 tahun 2009 yang merupakan amandemen keempat atas Undang-Undang Nomor 6 tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan pada Pasal 1 ayat 1 berbunyi

Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Defnisi tersebut menjelaskan bahwa perusahaan merupakan salah satu wajib pajak dimana perusahaan memiliki kewajiban dan tanggung jawab untuk membayar pajak yang besarnya berdasar dari laba bersih yang dihasilkan. Semakin besar pajak yang dibayar perusahaan, maka pendapatan negara semakin besar. Namun, bagi perusahaan sendiri pajak merupakan beban yang dapat mengurangi jumlah laba bersih yang dihasilkan. Tujuan pemerintah untuk memaksimalkan penerimaan melalui sektor perpajakan itu bertentangan dengan tujuan perusahaan yang ingin meminimalkan dan mengefisienkan jumlah beban pajak sehingga keuntungan yang diperoleh dapat lebih besar demi kesejahteraan pemilik dan kelangsungan hidup perusahaan. (kurniasari: 2015)

Umumnya pengusaha mengidentikkan pembayaran pajak sebagai beban, sehingga akan berusaha untuk meminimalkan beban tersebut guna mengoptimalkan laba. Dalam rangka meningkatkan efisiensi dan daya saing maka manajer wajib menekan biaya seoptimal mungkin. Demikian pula dengan kewajiban membayar pajak, karena biaya pajak akan menurunkan laba setelah pajak (*after tax profit*), tingkat pengembalian (*rate of return*), dan arus kas (*cash*

flows). Kewajiban pengelolaan pajak tersebut sering diasosiasikan dengan suatu elemen dalam manajemen dalam satu perusahaan yang disebut dengan manajemen pajak (*tax management*) (suandy: 2014). Sedangkan Lanis dan Richardson (2013) dalam Utari (2014) menyatakan bahwa bagi perusahaan pajak merupakan faktor pendorong dalam keputusan perusahaan. Tindakan manajerial yang dirancang untuk meminimalkan pajak perusahaan melalui kegiatan agresivitas pajak menjadi fitur yang semakin umum di lingkungan perusahaan diseluruh dunia. Tindakan agresivitas pajak perusahaan dapat memberikan biaya dan manfaat yang signifikan

Tindakan pajak agresif adalah usaha perusahaan untuk mengurangi biaya pajak yang harus dibayarkan. Perilaku *Aggressive Tax Avoidance* di Indonesia dilakukan dengan pasif maupun aktif, untuk perusahaan ukuran kecil banyak yang melakukan melalui mekanisme pembukuan ataupun sama sekali tidak membayarkan pajak yang menjadi kewajibannya. Hal ini terlihat dari persentase penerimaan SPT yang masih pada rasio 10,4% yang memperlihatkan kecilnya kepatuhan wajib pajak badan dalam melaporkan kewajiban perpajakannya. Sedangkan *Aggressive Tax Avoidance* yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan besar cenderung menggunakan strategi yang masih pada area abu-abu (*grey area*), seperti praktik *transper pricing* ataupun *treaty shopping*. Kedua praktik *Aggressive Tax Avoidance* banyak dilakukan oleh perusahaan multinasional yang ada di Indonesia. (Rusydi: 2013).

Perilaku perusahaan yang semakin agresif dalam hal perpajakan, dapat mwnimbulkan *image* bahwa perusahaan tersebut kurang peduli terhadap

lingkungan sekitarnya. Untuk mengurangi kemungkinan timbulnya *image* negatif dari masyarakat kepada perusahaan atas tindakan agresivitas pajak, maka perusahaan melakukan berbagai kegiatan sosial yang ditujukan kepada masyarakat. Kegiatan sosial perusahaan dikenal juga dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan dilakukan kegiatan CSR tersebut diharapkan perusahaan tetap memperoleh legitimasi positif dari masyarakat. Legitimasi positif mempunyai arti penting bagi perusahaan karena dapat berpengaruh pada kelangsungan bisnis yang dilakukan oleh perusahaan tersebut (istriasih: 2015)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan upaya manajemen yang dijalankan oleh entitas bisnis untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan berdasar keseimbangan pilar ekonomi, sosial dan lingkungan, dengan meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif disetiap pilar. (Sarsa dan amri: 2008). Lanis dan Richardson (2011) dalam kurniasari (2015) menjelaskan bahwa CSR dianggap sebagai faktor kunci dalam keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan, sedangkan menurut Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007 pasal 1 ayat 3 menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya

Salah satu Undang-Undang yang mengatur tentang CSR adalah Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007 pasal 74 “Perseroan yang

menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.” dan perusahaan yang tidak melaksanakan CSR akan dikenakan sanksi.sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Sedangkan menurut Undang-Undang No 25 tahun 2007. Bahwa “setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Dan pada pasal 34 dijelaskan bahwa Badan usaha yang tidak memenuhi kewajiban sebagaimana ditentukan dalam pasal 15 dapat dikenai sanksi administratif berupa peringatan tertulis, pembatasan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha dan / atau fasilitas penanaman modal atau pencabutan kegiatan usaha dan/ atau fasilitas penanaman modal.

Standar pengungkapan CSR yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada *Global Reporting Initiative (G-4)*. GRI (G-4) terbagi menjadi dua macam yakni secara *generaly* dan khusus, penelitian ini menggunakan standar *Global Reporting Initiative (G-4)* khusus dikarenakan GRI (G-4) *generally* item pengungkapannya tidak berhubungan dengan lingkungan. Sedangkan dalam menilai pengungkapan CSR peneliiian ini menggunakan *dummy* yaitu dinilai 1 jika mengungkapkan CSR dan dinilai 0 jika tidak mengungkapkan CSR. Terdapat dua cara dalam penilaian pengungkapan CSR yaitu *core* dan komprehensif. *Core* merupakan penilaian item pengungkapan CSR perusahaan dimana jika salah satu item telah diungkapkan maka bisa dinilai 1, sedangkan komprehensif merupakan penilaian item pengungkapan CSR perusahaan dimana nilai jika semua item pengungkapan CSR telah diungkapkan bisa dinilai 1. Penelitian ini menggunakan

core dikarenakan pengungkapan CSR perusahaan-perusahaan di Indonesia adalah secara *core* bukan komprehensif.

Beberapa penelitian tentang pengaruh agresivitas pajak terhadap *corporate social responsibility (CSR)* tidak selalu mendapatkan hasil yang konsisten, seperti penelitian yang dilakukan oleh Fardilah (2015) yang berjudul “Pengaruh agresivitas pajak terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia” menunjukkan bahwa agresivitas pajak berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR yakni semakin tinggi agresivitas perusahaan, semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR nya. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Octaviana (2014) “Pengaruh agresivitas pajak Terhadap *Corporate Social Responsibility*: Untuk Menguji Toeri Legitimasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan dan Properti yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2012” menyatakan bahwa semakin rendah agresivitas pajak perusahaan maka semakin tinggi pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan..

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penelitian ini ingin mengukur kembali pengaruh agresivitas pajak terhadap CSR dengan menggunakan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* sebagai variabel kontrol. Variabel kontrol adalah variabel yang dikendalikan atau dibuat konstan sehingga pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen tidak dipengaruhi oleh faktor luar yang tidak diteliti (Sugiyono: 2012). Data tentang agresivitas pajak, ukuran perusahaan, profitabilitas dan *Leverage* dapat dilihat dari laporan keuangan

perusahaan.juga *website* masing-masing perusahaan. Sedangkan pengungkapan CSR dapat diambil dari laporan tahunan perusahaan

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah

1. Apakah agresivitas pajak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
2. Apakah variabel kontrol ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
3. Apakah agresivitas pajak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dengan ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* sebagai variabel kontrol?

1.3.Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh agresivitas pajak terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel kontrol ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?

3. Untuk mengetahui pengaruh agresivitas pajak terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dengan ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* sebagai variabel kontrol?

1.4. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian diharapkan bisa menjadi sumbangan kajian bagi penelitian-penelitian selanjutnya terutama dalam penelitian yang berkaitan dengan variabel agresivitas pajak, , ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan CSR

2. Secara Praktis

Bagi manajemen perusahaan penelitian ini diharapkan bisa menjadi motivasi bagi perusahaan dalam melakukan tanggung jawab sosial (CSR)

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Penelitian terdahulu

Berbagai penelitian tentang Agresivitas pajak di Indonesia telah banyak dilakukan begitu pula penelitian tentang pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan penelitian yang menghubungkan antara agresivitas pajak dan *Corporate Social Responsibility* juga telah banyak diteliti namun masih memiliki hasil yang berbeda-beda. Berikut adalah uraian penelitian terdahulu tentang pengaruh Agresivitas pajak terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Penelitian yang dilakukan oleh Simanjuntak (2015) tentang “Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR): Untuk Menguji Teori Legitimasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2014)” menunjukkan bahwa agresivitas pajak tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Penelitian yang dilakukan oleh Rini,handajani dan sasanti (2015) tentang “Agresivitas Pajak pada Perusahaan Publik Indonesia yang Melakukan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*” menunjukkan bahwa agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Namun, setelah dilakukan uji sensitivitas agresivitas pajak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Penelitian yang dilakukan oleh Octaviana (2015) tentang “Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap *Corporate Social Responsibility*: Untuk Menguji Teori Legitimasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan dan Properti yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2012)” menunjukkan bahwa agresivitas pajak perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian yang dilakukan oleh Yosida (2016) tentang “Pengaruh Agresivitas Pajak, Ukuran Perusahaan Dan *Leverage* Terhadap *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2014)” menunjukkan bahwa agresivitas pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*, hal ini sesuai dengan teori legitimasi. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*, hal ini sesuai dengan teori legitimasi. Sedangkan *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*, hal ini sesuai dengan teori agensi.

Penelitian yang dilakukan oleh Utari (2014) Tentang “Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap *Corporate Social Responsibility*: Untuk Menguji Teori Legitimasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013)”. Menunjukkan bahwa agresivitas pajak perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Perusahaan yang memiliki tingkat agresivitas yang tinggi mengakibatkan perusahaan akan mengungkapkan CSR lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang melakukan agresivitas pajak. Hal ini tidak membenarkan teori legitimasi dalam konteks agresivitas pajak

Penelitian yang dilakukan oleh fardilah (2015) tentang “Pengaruh agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia” menunjukkan bahwa agresivitas pajak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan yang memiliki tingkat agresivitas pajak yang tinggi mengakibatkan perusahaan mengungkapkan CSR lebih besar. Hal ini membenarkan teori legitimasi dalam konteks agresivitas pajak

Penelitian yang dilakukan oleh Baskoro (2015) tentang “Analisis Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*: Untuk Menguji Teori Legitimasi (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013)” menunjukkan bahwa agresivitas pajak perusahaan berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan CSR, namun tidak berpengaruh signifikan apabila diukur dengan proksi ETR1 dan BTD, namun menghasilkan pengaruh yang signifikan apabila diukur menggunakan proksi ETR2

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Hasil
1	Simanjuntak (2015)	Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR): Untuk Menguji Teori Legitimasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2014)	agresivitas pajak tidak berpengaruh secara signifikan terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> ..
2	Rini,handajani dan sasanti (2015)	Agresivitas Pajak pada Perusahaan Publik Indonesia yang Melakukan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Namun, setelah dilakukan uji sensitivitas agresivitas pajak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
3	Octaviana (2015)	Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> : Untuk Menguji Teori Legitimasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan dan Properti yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2012)	agresivitas pajak perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.
4	Yosida (2016)	Pengaruh Agresivitas Pajak, Ukuran Perusahaan Dan <i>Leverage</i> Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang	agresivitas pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>corporate social responsibility</i> , hal ini sesuai dengan teori legitimasi. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>corporate</i>

**Tabel 2.1 (Lanjutan)
Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul	Hasil
		Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2014)	<i>social responsibility</i> , hal ini sesuai dengan teori legitimasi. Sedangkan <i>leverage</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap <i>corporate social responsibility</i> , hal ini sesuai dengan teori agensi.
5	Utari (2014)	Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> : Untuk Menguji Teori Legitimasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013)	agresivitas pajak perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan yang memiliki tingkat agresivitas yang tinggi mengakibatkan perusahaan akan mengungkapkan CSR lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang melakukan agresivitas pajak. Hal ini tidak membenarkan teori legitimasi dalam konteks agresivitas pajak
6	fardilah (2015)	Pengaruh agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	agresivitas pajak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan yang memiliki tingkat agresivitas pajak yang tinggi mengakibatkan perusahaan mengungkapkan CSR lebih besar. Hal ini membenarkan teori legitimasi dalam konteks agresivitas pajak
	Baskoro (2015)	Analisis Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social</i>	agresivitas pajak perusahaan berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan CSR, namun tidak berpengaruh signifikan apabila diukur

**Tabel 2.1 (Lanjutan)
Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul	Hasil
		<i>Responsibility: Untuk Menguji Teori Legitimasi (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013)</i>	dengan proksi ETR1 dan BTD, namun menghasilkan pengaruh yang signifikan apabila diukur menggunakan proksi ETR2

Beberapa penelitian terdahulu memiliki hasil yang berbeda tentang pengaruh pengungkapan agresivitas pajak terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sebelumnya adalah:

1. Penggunaan ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* sebagai variabel kontrol. Ketidak konsistenan hasil penelitian terdahulu tentang pengaruh agresivitas pajak terhadap pengungkapan CSR maka dalam penelitian ini menggunakan variabel kontrol yaitu variabel yang diduga akan turut berpengaruh terhadap variabel dependen (CSR).
2. Objek penelitian yaitu perusahaan pertanian dan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2012-2014 karena perusahaan tersebut menurut Undang-Undang Perseroan Terbatas No 40 tahun 2007 wajib mengeluarkan CSR dikarenakan kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam.

2.2. Landasan Teori

2.2.1 Teori Legitimasi

Teori legitimasi menjelaskan pengungkapan CSR perusahaan dalam upaya untuk memperoleh pengakuan maupun pandangan positif dari masyarakat (Rini, Handayani dan Susanti: 2015) Dan Teori ini juga menjelaskan bahwa praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan harus dilaksanakan sebaik mungkin agar nantinya aktivitas dan kinerja perusahaan mendapat respon yang baik masyarakat. Adapun dengan respon positif tersebut akan dapat melahirkan nilai yang baik perusahaan dimata masyarakat dan otomatis dapat meningkatkan pencapaian laba oleh pihak perusahaan. Tentu hal ini akan menjadi keuntungan bagi perusahaan, karena dengan nilai yang sudah terbangun, akan bisa memberikan ketertarikan pada pihak investor untuk mau berinvestasi di perusahaan. (Utari: 2014)

Salah satu tanda bahwa suatu perusahaan dapat diterima di lingkungan masyarakat tertentu adalah adanya dukungan dari masyarakat sekitar terhadap kegiatan bisnis yang dilakukan oleh perusahaan. Dukungan tersebut dapat diperoleh perusahaan dengan menjalankan bisnis sesuai dengan aturan-aturan yang berlaku dimasyarakat (Istriasih: 2015). Legitimasi dianggap penting bagi perusahaan dikarenakan legitimasi masyarakat kepada perusahaan menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan ke depan Dasar pemikiran teori ini adalah perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa perusahaan beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai

masyarakat itu sendiri. Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk menyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. (Utari: 2014)

Teori legitimasi dalam penelitian ini membantu untuk menjelaskan hubungan pengungkapan CSR perusahaan terhadap agresivitas pajak. Lanis dan Richardson (2013) berpendapat bahwa masyarakat menganggap agresivitas pajak perusahaan sebagai tindakan tidak sah dan tidak bertanggung jawab yang akan memberikan dampak negatif bagi kegiatan sosial masyarakat. Pandangan negatif tersebut akan mempengaruhi *image* perusahaan dan berpotensi terhadap hilangnya legitimasi perusahaan. Akibat yang lebih lanjut adalah terancamnya aktivitas operasional perusahaan dan menjadikan perusahaan tidak bisa melanjutkan aktivitas bisnisnya.

Teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan memiliki kontrak atau kewajiban untuk menyesuaikan diri dengan masyarakat atau lingkungan sekitar. Bentuk penyesuaian yang dilakukan adalah dengan melakukan kegiatan operasional perusahaan yang sesuai dengan norma dan nilai yang berlaku dimasyarakat serta usaha dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat atau pembangunan kesejahteraan dan kehidupan lingkungan tempat perusahaan beroperasi. Bentuk kegiatan penyesuaian yang banyak dilakukan perusahaan adalah melalui program CSR. Program CSR dilakukan dalam usaha perusahaan mengayomi lingkungan disekitarnya sebagai wujud kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar. Selain sebagai suatu kewajiban, CSR juga dapat memberikan manfaat yang positif

bagi perusahaan yaitu sebagai sarana mengambil simpati masyarakat dan media promosi bagi perusahaan, disamping pembangunan kesejahteraan dan sosial masyarakat sebagai tujuan utama. Perusahaan melakukan CSR sebagai salah satu tanggung jawabnya kepada masyarakat dan lingkungan sekitar, atau bisa dibilang sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Sama halnya dengan perusahaan yang taat membayar pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku tanpa mengurangi atau melakukan agresivitas pajak, berarti perusahaan telah turut serta dalam usaha meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan nasional. perusahaan yang semakin banyak melakukan dan mengungkapkan kegiatan CSR berarti perusahaan tersebut memiliki kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya serta seharusnya membayar pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan tidak melakukan agresivitas pajak. Dengan kata lain, perusahaan yang semakin banyak mengungkapkan kegiatan CSR-nya makin semakin kecil kemungkinan melakukan tindakan agresivitas pajak yang tentunya akan merugikan masyarakat dan dapat merugikan perusahaan sendiri. (Nugraha: 2015)

2.2.2 Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan harus bertanggung jawab terhadap semua pihak yang terkena dampak dari kegiatannya. Dengan kata lain, perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemilik saham saja, melainkan juga bertanggung jawab kepada semua *stakeholder* lain yang memiliki andil bagi

perusahaan dan juga yang terkena dampak dari operasi perusahaan. *Corporate social responsibility* merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan kepada semua *stakeholdernya*. Oleh karena itu CSR merupakan hal yang penting bagi perusahaan.

Pemerintah sebagai regulator, merupakan salah satu *stakeholder* perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus memperhatikan kepentingan pemerintah. Salah satunya adalah dengan cara mengikuti semua peraturan yang dibuat oleh pemerintah, ketaatan membayar pajak, dan tidak melakukan penghindaran pajak. (Muzaki: 2015)

Pemerintah memberikan perlindungan kepada perusahaan untuk melakukan kegiatan operasional usahanya dan perusahaan wajib melakukan imbal balik kepada pemerintah dengan cara pembayaran pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku umum. Hubungan perusahaan dengan lingkungan sekitar juga harus terjalin dengan baik agar perusahaan dapat menjalankan kegiatan operasionalnya tanpa terhalangan oleh nilai, norma ataupun masalah dengan lingkungan sosial disekitarnya. Usaha perusahaan untuk menjalin hubungan dengan masyarakat dapat dilakukan dengan kegiatan CSR, baik berupa bantuan fisik maupun materi yang kiranya dapat digunakan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan lingkungan dan pembangunan lingkungan di sekitar tempat perusahaan beroperasi. Perusahaan yang melakukan kegiatan CSR sebagai bentuk tanggung jawabnya kepada masyarakat dan lingkungan sosial dapat dikatakan bahwa perusahaan tersebut peduli terhadap keadaan sekitar dan bertanggung jawab pada masyarakat dan

lingkungan sekitarnya sebagai bentuk tanggung jawab kepada *stakeholder*. Apabila perusahaan semakin banyak melakukan kegiatan CSR dan mengungkapkannya secara publik maka perusahaan tersebut dapat disebut sebagai perusahaan yang peduli pada lingkungan, maka seharusnya perusahaan juga bertanggungjawab pada *stakeholder* lainnya, pemerintah, dengan membayar pajak sesuai ketentuan perpajakan tanpa melakukan tindakan agresivitas pajak sehingga dana yang terkumpul dari pajak dapat disalurkan pada peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan nasional dengan maksimal.(Nugraha : 2015)

2.2.3 Agresivitas Pajak

Menurut Frank, Lynch dan Rego (2009) dalam Kamila (2014) tindakan pajak agresif adalah tindakan yang ditujukan untuk menurunkan laba kena pajak melalui perencanaan pajak, baik menggunakan cara yang tergolong atau tidak tergolong *tax evasion*. Tindakan pajak agresif tidak selalu berawal dari perilaku ketidakpatuhan akan peraturan perpajakan, tapi juga dari penghematan pajak yang dilakukan sesuai dengan peraturan. Semakin perusahaan memanfaatkan celah peraturan untuk menghemat beban pajak maka perusahaan dapat dianggap telah melakukan tindakan pajak agresif meskipun tindakan tersebut tidak menyalahi peraturan yang ada. Sedangkan menurut Jesica dan Toly (2014) agresivitas pajak merupakan bagian dari manajemen pajak dalam hal perencanaan pajak. Dimana jika dikaitkan dengan penghindaran atau penggelapan pajak, perencanaan agresivitas pajak lebih mengarah pada penghindaran pajak yang termasuk dalam tindakan legal dalam upaya untuk

mengurangi pajak yang harus dibayarkan perusahaan. Namun terdapat perbedaan antara penghindaran pajak dan agresivitas pajak yaitu dalam kegiatan agresivitas pajak kegiatan perencanaan untuk mengurangi pajak terhutang dilakukan dengan lebih *agresive*

Tindakan pajak agresif dapat diklasifikasikan menjadi dua, pandangan tradisional dan kontemporer (Desai dan Dharmapala, 2009) dalam Kamila (2014). Pandangan tradisional mengartikan tindakan pajak agresif sebagai bentuk pengamanan kekayaan dimana tindakan pajak agresif dilakukan semata-mata ditujukan untuk mengurangi beban pajak. Dalam pandangan kontemporer tindakan pajak agresif didefinisikan sebagai bentuk *rent extraction*. *Rent extraction* adalah tindakan manajer yang dilakukan tidak untuk memaksimalkan kepentingan pemilik atau pemegang saham, melainkan untuk kepentingan pribadi. Tindakan pajak agresif dalam pandangan kontemporer mempunyai dua tujuan. Tidak hanya untuk menutup-nutupi pendapatan dari otoritas pajak, tapi juga untuk menutup-nutupi aktivitas tersembunyi yang dapat merugikan pemilik atau pemegang saham.

Tujuan utama dari dilakukannya pajak agresif adalah untuk meminimalisir beban pajak perusahaan. Beban pajak diperoleh dari mengalikan pendapatan kena pajak dengan *tax rate* yang telah ditetapkan oleh negara. Pendapatan kena pajak sendiri diperoleh dari laba perusahaan dikurangi dengan koreksi pajak. Beban pajak yang ditanggung perusahaan bergantung pada koreksi pajak atau selisih antara laba dengan pendapatan kena pajak (*book-tax difference*). Maka teknik dalam melakukan pajak agresif adalah dengan mengatur *book-tax difference*.

Menurut Lanis dan Richardson (2013) dalam Jesica dan Toly (2014) jenis umum transaksi agresivitas pajak yaitu penggunaan berlebihan atas utang perusahaan untuk meminimalisir penghasilan kena pajak dengan mengklaim berlebihan pengurangan pajak untuk beban bunga, penggunaan berlebihan atas kerugian pajak. Transaksi mayoritas yang sering dilakukan dalam agresivitas pajak adalah secara efektif menambah pengurangan pajak (melalui bunga, kerugian pajak, dan biaya R&D) yang dapat digunakan perusahaan untuk mengimbangi penilaian pendapatan, sehingga mengurangi pajak penghasilan dan jumlah pajak terhutang perusahaan.

Manfaat agresivitas pajak perusahaan adalah penghematan pengeluaran atas pajak sehingga keuntungan yang diperoleh pemilik menjadi semakin besar atau penghematan tersebut dapat dimanfaatkan untuk mendanai investasi perusahaan yang dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dimasa yang akan datang. Sedangkan bagi agen, agresivitas pajak akan dapat meningkatkan bonus dari pemilik karena meningkatnya laba bersih akibat penghematan pajak yang dilakukannya. Sedangkan kerugian dari agresivitas pajak perusahaan adalah kemungkinan perusahaan mendapat sanksi dari kantor pajak berupa denda, serta turunnya harga saham perusahaan akibat pemegang saham lainnya mengetahui tindakan agresivitas pajak perusahaan yang dilakukan manajemen. Bagi pemerintah tindakan agresivitas pajak perusahaan ini akan mengurangi pendapatan negara dalam sektor pajak. (Suyanto: 2012)

Cara mengukur perusahaan yang melakukan agresivitas pajak adalah dengan cara menggunakan proksi *Cash Effective Tax Rate (CETR)*. *Effective tax rates* adalah jumlah beban pajak yang dibayarkan dibagi dengan laba sebelum pajak CETR

mencerminkan tarif yang sesungguhnya berlaku atas penghasilan wajib pajak yang dilihat berdasarkan jumlah pajak yang dibayarkan. Semakin tinggi CETR, maka tindakan pajak agresif perusahaan akan semakin rendah. (Suardijaya, Handajani dan Isnaini: 2015).

2.2.4 Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan upaya manajemen yang dijalankan oleh entitas bisnis untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan berdasar keseimbangan pilar ekonomi, sosial dan lingkungan, dengan meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif disetiap pilar. (Sarosa: 2008). Sedangkan menurut Hackston dan Milne dalam Istriasih (2015) *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah proses untuk melakukan komunikasi mengenai dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan dari aktivitas ekonomi perusahaan terhadap kelompok khusus yang mempunyai kepentingan serta terhadap masyarakat secara umum

Tanggung jawab perusahaan (*corporate social responsibility*) merupakan salah satu dari beberapa tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan (*stakeholders*) Yang dimaksud dengan pemangku kepentingan dalam hal ini adalah orang atau sekelompok yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh berbagai keputusan, kebijakan maupun operasi perusahaan Pemangku kepentingan tersebut ada 2 kategori yaitu *inside stakeholders* dan *outside stakeholders*.

- a. *Inside stakeholders*, terdiri atas orang-orang yang memiliki kepentingan dan tuntutan kepada terhadap sumber daya perusahaan serta berada didalam organisasi perusahaan. Yang termasuk di dalam kategori inside stakeholders adalah pemegang saham (stockholders), para manager (managers), dan karyawan (employees).
- b. *Outside stakeholders*, terdiri atas orang-orang maupun pihak-pihak (*constituencies*) yang bukan pemilik perusahaan, bukan pemimpin perusahaan dan bukan pula karyawan perusahaan, namun memiliki kepentingan terhadap perusahaan dan dipengaruhi oleh keputusan serta tindakan yang dilakukan oleh perusahaan. Yang termasuk ke dalam kategori outside stakeholders adalah pelanggan (*customers*), pemasok (*suppliers*), pemerintah (*government*), masyarakat lokal (*local communities*), dan masyarakat secara umum (*general public*)

Pemangku kepentingan akan memberikan dukungan terhadap operasi perusahaan apabila mereka memperoleh imbalan dari perusahaan yang sebanding atau lebih besar dibandingkan dengan kontribusi yang mereka berikan kepada perusahaan. Imbalan yang diharapkan akan diterima oleh pemangku kepentingan dari perusahaan dapat bermacam-macam dan sangat bergantung kepada kepentingan dan tuntutan pemangku kepentingan tersebut, imbalan yang diharapkan dapat berupa deviden (bagi pemegang saham), gaji dan bonus yang memadai (bagi manajer dan karyawan), produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau (bagi konsumen atau pelanggan), harga yang kompetitif dan memadai atas pasokan bahan baku

berkelanjutan (bagi pemasok). Pembayaran pajak (bagi pemerintah), serta keberadaan perusahaan yang dapat membantu menyelesaikan masalah masyarakat (bagi masyarakat). (Solihin: 2011)

Corporate Social responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan didunia dan di Indonesia kini telah menjadi isu penting berkaitan dengan masalah dampak lingkungan dalam pembangunan berkelanjutan. Hal tersebut muncul sebagai reaksi dari banyak pihak terhadap kerusakan lingkungan baik fisik, psikis maupun sosial, sebagai akibat dari pengelolaan sumber-sumber produksi secara yang tidak benar. Kesadaran untuk menyelamatkan sumber-sumber produksi sudah menipis. Para pengelola lebih mementingkan keuntungan finansial sebesar-besarnya daripada membangun keseimbangan kepentingan dan berkelanjutan pembangunan (Poerwanto: 2010)

Tanggapan sosial perusahaan atas berbagai masalah sosial dan lingkungan yang ditimbulkannya versus keengganan berubah, menghasilkan kondisi yang dinamakan “*citizenship paradox*” atau paradox kewargaan dunia usaha. Disatu sisi perusahaan merupakan sumber dari berbagai masalah, sementara disisi lain dianggap sebagai sumber pemecahan. Paradox itu menempatkan perusahaan dan para pemangku kepentingannya pada kondisi yang menguntungkan. (Sarosa: 2008)

Tindakan dan kebijakan perusahaan merupakan keluaran organisasi yang menjadi motor dalam perjalanan mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan. Dasar dari tindakan dan kebijakan adalah moral para pengelola, karena jiwa dari organisasi adalah para pengelola yang bisa pemilik, unsur pimpinan serta seluruh jajaran

karyawan. Tanggung jawab sosial merupakan respons, kewajiban, control, wewenang, kepedulian dan tugas dari perusahaan terhadap lingkungan baik fisik maupun sosial-budaya. (Indrawan: 2011)

Perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosial diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga turut memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat serta lingkungan sekitar dalam jangka panjang. Dan dengan terlaksananya CSR secara konsisten dalam jangka panjang akan menumbuhkan rasa keberterimaan masyarakat terhadap kehadiran perusahaan. Kondisi seperti itulah yang pada gilirannya dapat memberikan keuntungan ekonomi-bisnis kepada perusahaan yang bersangkutan. CSR tidaklah harus dipandang sebagai tuntutan represif dari masyarakat, melainkan sebagai kebutuhan dunia usaha. . (Indrawan 2011)

2.2.5 Corporate Social Responsibility(CSR) Disclosure

Peraturan tentang pengungkapan Corporate Social Responsibility di Indonesia belum memiliki Standar khusus. Oleh karena itu dalam penelitian ini menggunakan standar yang sesuai dengan pedoman *Global Reporting Inittatives* (GRI) G.4. *Global Reporting Inittatives* (GRI) merupakan sebuah pedoman yang menyediakan peinsip-prinsip pelaporan, pengungkapan standar dan panduan penerapan untuk penyusunan laporan keberlanjutan oleh organisasi apapun ukuran, sektor atau lokasinya. GRI (G-4) terbagi menjadi dua macam yakni secara *generaly* dan khusus, penelitian ini menggunakan standar *Global Reporting Initiative (G-4)* khusus dikarenakan GRI (G-

4) *generally* item pengungkapannya tidak berhubungan dengan lingkungan. Sedangkan dalam menilai pengungkapan CSR penelitian ini menggunakan *dummy* yaitu dinilai 1 jika mengungkapkan CSR dan dinilai 0 jika tidak mengungkapkan CSR. Terdapat dua cara dalam penilaian pengungkapan CSR yaitu *core* dan komprehensif. *Core* merupakan penilaian item pengungkapan CSR perusahaan dimana jika salah satu item telah diungkapkan maka bisa dinilai 1, sedangkan komprehensif merupakan penilaian item pengungkapan CSR perusahaan dimana nilai jika semua item pengungkapan CSR telah diungkapkan bisa dinilai 1. Penelitian ini menggunakan *core* dikarenakan pengungkapan CSR perusahaan-perusahaan di Indonesia adalah secara *core* bukan komprehensif.

Global Reporting Inittatives (G-4) khusus terdiri atas 3 kategori yakni ekonomi lingkungan dan sosial. Selanjutnya kategori sosial dibagi menjadi 4 kategori yakni Praktik Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja, Hak Asasi Manusia, Masyarakat dan Tanggung Jawab atas Produk

A. kategori ekonomi yang terdiri dari 9 indikator yaitu:

1. Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan
2. Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim
3. Cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti
4. Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah

5. Rasio upah standar pegawai pemula (entry level) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan
 6. Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di lokasi operasi yang signifikan
 7. Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan
 8. Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak
 9. Perbandingan pembelian dari pemasok lokal di lokasi operasional yang signifikan
- B. Kategori lingkungan yang terdiri dari 34 indikator yaitu:
1. Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume
 2. Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang
 3. Konsumsi energi dalam organisasi
 4. Konsumsi energi di luar organisasi
 5. Intensitas energi
 6. Pengurangan konsumsi energi
 7. Pengurangan kebutuhan energi pada produk dan jasa
 8. Total pengambilan air berdasarkan sumber
 9. Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air

10. Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali
11. Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola di dalam, atau yang berdekatan dengan, kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung
12. Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung
13. Habitat yang dilindungi dan dipulihkan
14. Jumlah total spesies dalam iucn red list dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan
15. Emisi gas rumah kaca (grk) langsung (cakupan 1)
16. Emisi gas rumah kaca (grk) energi tidak langsung (cakupan 2)
17. Emisi gas rumah kaca (grk) tidak langsung lainnya (cakupan 3)
18. Intensitas emisi gas rumah kaca (grk)
19. Pengurangan emisi gas rumah kaca (grk)
20. Emisi bahan perusak ozon (bpo)
21. Nox, sox, dan emisi udara signifikan lainnya
22. Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
23. Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
24. Jumlah dan volume total tumpahan signifikan

25. Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi basel2 lampiran i, ii, iii, dan viii yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
26. Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkena dampak dari air buangan dan limpasan dari organisasi
27. Tingkat mitigasi dampak terhadap dampak lingkungan produk dan jasa
28. Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasi menurut kategori
29. Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter karena ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan
30. Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi, dan pengangkutan tenaga kerja
31. Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis
32. Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan
33. Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
34. Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi

C. Kategori praktek ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja yang terdiri dari

16 indikator yaitu:

1. Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah
2. Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan
3. Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut gender
4. Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama
5. Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen-pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja
6. Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender
7. Pekerja yang sering terkena atau berisiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka
8. Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja

9. Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan
10. Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti
11. Persentase karyawan yang menerima revidu kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan
12. Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya
13. Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan
14. Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan
15. Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
16. Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi

D. Kategori hak asasi manusia yang terdiri 12 indikator yaitu:

1. Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia
2. Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi, termasuk persentase karyawan yang dilatih
3. Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan perbaikan yang diambil
4. Operasi dan pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau berisiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut
5. Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif
6. Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja
7. Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia diorganisasi yang relevan dengan operasi
8. Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil

9. Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan reviu atau asesmen dampak hak asasi manusia
10. Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia
11. Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
12. Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal

E. Kategori masyarakat yang terdiri dari 11 indikator yaitu:

1. Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan
2. Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal
3. Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi
4. Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi
5. Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
6. Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat
7. Jumlah total tindakan hukum terkait anti persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya

8. Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan
9. Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria dampak terhadap masyarakat
10. Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
11. Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi

F. Kategori tanggung jawab atas produk yang terdiri dari 9 indikator yaitu:

1. Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan yang dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan
2. Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis hasil
3. Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis
4. Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil
5. Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan

6. Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan
7. Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor, menurut jenis hasil
8. Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan
9. Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa

2.2.6. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan salah satu karakteristik perusahaan yang sangat penting. Ukuran perusahaan merupakan suatu pengukuran yang dikelompokkan berdasarkan besar kecilnya perusahaan dan dapat menggambarkan aktivitas serta pendapatan perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar usaha yang dilakukan perusahaan untuk menarik perhatian masyarakat. (Nugraha: 2015)

Besar (ukuran) perusahaan dapat dinyatakan dalam total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar. Semakin besar total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu. Ketiga variabel ini digunakan untuk menentukan ukuran perusahaan karena dapat mewakili seberapa besar perusahaan tersebut. Semakin besar aktiva maka semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ia dikenal dalam masyarakat. Dari ketiga

variabel ini nilai aktiva relatif lebih stabil dibandingkan dengan nilai market capitalized dan penjualan dalam mengukur perusahaan. (Ardi: 2007).

Perusahaan yang berukuran besar biasanya memiliki peran sebagai pemegang kepentingan yang lebih luas. Hal ini membuat berbagai kebijakan perusahaan besar akan memberikan dampak yang besar terhadap kepentingan publik dibandingkan perusahaan kecil. Perusahaan yang besar lebih diperhatikan oleh masyarakat sehingga mereka lebih berhati-hati dalam melakukan pelaporan keuangan, sehingga berdampak perusahaan tersebut harus melaporkan kondisinya lebih akurat. (Ningsaptiti: 2010)

2.2.7. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari kegiatan yang dilakukan perusahaan (Zulaikha: 2014). Terdapat beberapa rasio profitabilitas diantaranya (1) Margin laba atas penjualan (*profit margin on sales*) yang dihitung dengan membagi laba bersih dengan penjualan. (2) Pengembalian atas total aset atau ROA (*Return on total assets*) yang dihitung dengan membagi laba bersih dengan total aset perusahaan (3) Rasio kemampuan dasar untuk menghasilkan laba (*basic earning power – BEP*) dihitung dengan membagi jumlah laba sebelum bunga dan pajak (EBIT) dengan total aset. (4) Pengembalian atas ekuitas biasa (*Return on common equity - ROE*) yang dihitung dengan membagi laba bersih perusahaan dengan ekuitas biasa. (Brigham dan Houston: 2010)

Penelitian ini mengukur rasio profitabilitas perusahaan menggunakan ROA (*Return on total assets*) ROA merupakan suatu rasio penting untuk mengukur

kemampuan investasi suatu perusahaan (aset) untuk memperoleh laba. Apabila total aset yang digunakan dalam operasi perusahaan mampu memberikan laba maka dapat dikatakan memiliki ROA yang positif dan memiliki peluang besar dalam meningkatkan pertumbuhan perusahaan. Sebaliknya apabila total aset yang digunakan tidak dapat menghasilkan laba maka memiliki ROA negatif dan menghambat pertumbuhan perusahaan (Oktaviana: 2014)

2.2.8. *Leverage*

Leverage adalah rasio yang mengukur kemampuan utang baik jangka panjang maupun jangka pendek untuk membiayai aktiva perusahaan (Kurniasih dan Sari: 2013). Pendanaan perusahaan melalui utang (*Financial leverage*) akan memberikan tiga dampak penting (1) menghimpun dana melalui utang, pemegang saham dapat mengendalikan perusahaan dengan jumlah investasi ekuitas yang terbatas. (2) kreditor melihat ekuitas atau dana yang diberikan oleh pemilik sebagai batas pengaman. Jadi makin tinggi proporsi total modal yang diberikan oleh pemegang saham, makin kecil risiko yang dihadapi oleh kreditor. (3) Jika hasil yang diperoleh dari aset perusahaan lebih tinggi daripada tingkat bunga yang dibayarkan, maka penggunaan utang akan “mengungkit” (*leverage*) atau memperbesar pengembalian atas ekuitas atau ROE

Terdapat dua alasan dibalik dampak *leverage* (1) karena bunga dapat menjadi pengurang pajak, penggunaan utang akan mengurangi kewajiban pajak dan menyisakan laba operasi yang lebih besar bagi investor perusahaan (2) Jika laba

operasi sebagai persentase terhadap aset melebihi tingkat bunga atas utang seperti yang umumnya diharapkan, maka perusahaan dapat menggunakan utang untuk membeli aset, membayar bunga atas utang dan masih mendapatkan sisanya sebagai “bonus” bagi pemegang saham. (Brigham dan Housan: 2010)

2.2.9. Kajian Keislaman

2.2.9.1. Pajak Dalam Islam

Berdasarkan 74.499 kata atau 325.345 suku kata yang terdapat dalam Al-Quran, tidak satupun terdapat kata “pajak”. Karena pajak memang bukan beraal dari bahasa arab. Namun sebagai terjemahan dari kata yang ada dalam Al-Quran (bahasa arab) terdapat kata pajak yaitu pada terjemahan QS At-Taubah 29. Pada kata ini “jizyah” didefinisikan sebagai pajak (Gusfahmi: 2011)

فَاتَّبَعُوا الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَا بِالْيَوْمِ الْآخِرِ وَلَا يُحَرِّمُونَ مَا حَرَّمَ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَلَا يَدِينُونَ دِينَ الْحَقِّ مِنَ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ حَتَّى يُعْطُوا الْجِزْيَةَ عَنْ يَدٍ وَهُمْ صَاغِرُونَ

“Perangilah orang-orang yang tidak beriman kepada Allah dan tidak (pula) kepada hari kemudian, dan mereka tidak mengharamkan apa yang diharamkan oleh Allah dan Rasul-Nya dan tidak beragama dengan agama yang benar (agama Allah), (yaitu orang-orang) yang diberikan Al-Kitab kepada mereka, sampai mereka membayar jizyah dengan patuh sedang mereka dalam keadaan tunduk”. (QS. At-Taubah ayat 25)

Pajak yang dibebankan oleh negara pada warganya bukan sekedar kebolehan, tapi kewajiban. Hal ini dikarenakan, *pertama* taat pada ulul amri adalah kewajiban dengan catatan ulul amri yang taat pada ajaran islam sebagaimana firman Allah pada QS An-Nisa' ayat 59:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ ۖ فَإِنْ تَنَازَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ إِنْ كُنْتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ ۚ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

:

“Wahai orang-orang yang beriman! Taailah Allah dan taatilah Rasul (Muhammad) dan ulil amri (pemegang kekuasaan) diantara kamu. Kemudian jika kamu berbeda pendapat tentang sesuatu maka kembalikanlah kepada Allah (Al-Qur’an) dan Rasul (sunnahnya), jika kamu beriman kepada Allah dan hari kemudian. Yang demikian itu lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya” (QS An-Nisa’ 59)

Berdasarkan ayat di atas kita harus taat pada pemerintah, Jika pemerintah mewajibkan pajak, maka sebagai warga negara harus menaatinya. *Kedua* Solidaritas sesama muslim dan sesama manusia dalam kebaikan dan ketakwaan adalah sebuah kewajiban. Jika dana pajak digunakan untuk kepentingan masyarakat secara umum seperti pendidikan, rumah sakit, sarana transportasi dan lainnya maka wajib hukumnya membayar pajak. *Ketiga* berdasarkan hadits yang diriwayatkan Fatimahbinti Qais:Turmuzi

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ أَحْمَدَ بْنِ مَدُوَيْهِ حَدَّثَنَا الْأَسْوَدُ بْنُ غَامِرٍ عَنْ شَرِيكَ عَنْ أَبِي حَمْرَةَ عَنِ الشَّعْبِيِّ عَنْ فَاطِمَةَ
 بِنْتِ قَيْسٍ قَالَتْ سَأَلْتُ أَوْ سُئِلَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنِ الزَّكَاةِ فَقَالَ إِنَّ فِي الْمَالِ لِحَقًّا سِوَى
 الزَّكَاةِ ثُمَّ تَلَا هَذِهِ الْآيَةَ الَّتِي فِي الْبَقَرَةِ لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ الْآيَةَ

Nabi SAW ditanya tentang zakat, maka Ia bersabda: “*Sesungguhnya pada harta itu terdapat harta selain zakat.*”

Kewajiban selain zakat dalam hadits tersebut adalah kewajiban sosial lainnya yaitu dapat berupa pajak, sedekah sunnah, infak, hibah dan juga waqaf. Islam mengajarkan agar tidak saja menunaikan zakat yang terbatas jumlah dan pemanfaatannya, tetapi juga menganjurkan membayar pajak, menunaikan sedekah sunnah, hibah dan juga infak yang tak terbatas jumlahnya sesuai kemampuan yang dimiliki, dan pemanfaatannyapun juga sangat luas dan fleksibel. (Diana:2012)

2.2.9.2. Corporate Social Responsibility Dalam Islam

Tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. CSR dikeluarkan oleh perusahaan sebagai timbal balik kepada masyarakat atas dampak negatif yang ditimbulkan oleh perusahaan. Sebagaimana Firman Allah dalam QS Ar-Rum: 41

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ

“Telah tampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusia; Allah menghendaki agar mereka merasakan sebagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (kejalan yang benar)”.(QS Ar-Rum: 41)

Perusahaan setelah melakukan Kegiatan CSR diharapkan memperoleh legitimasi positif dari masyarakat. Legitimasi positif mempunyai arti penting bagi perusahaan karena dapat berpengaruh pada kelangsungan bisnis yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Perusahaan mengeluarkan dana CSR dari laba perusahaan yang mana dalam islam disebut dengan zakat *maal* dengan zakat ini diharapkan harta perusahaan menjadi bersih dan suci. Sebagaimana dalam Firman Allah SWT QS At-Taubah: 103

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ ۚ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ ۗ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

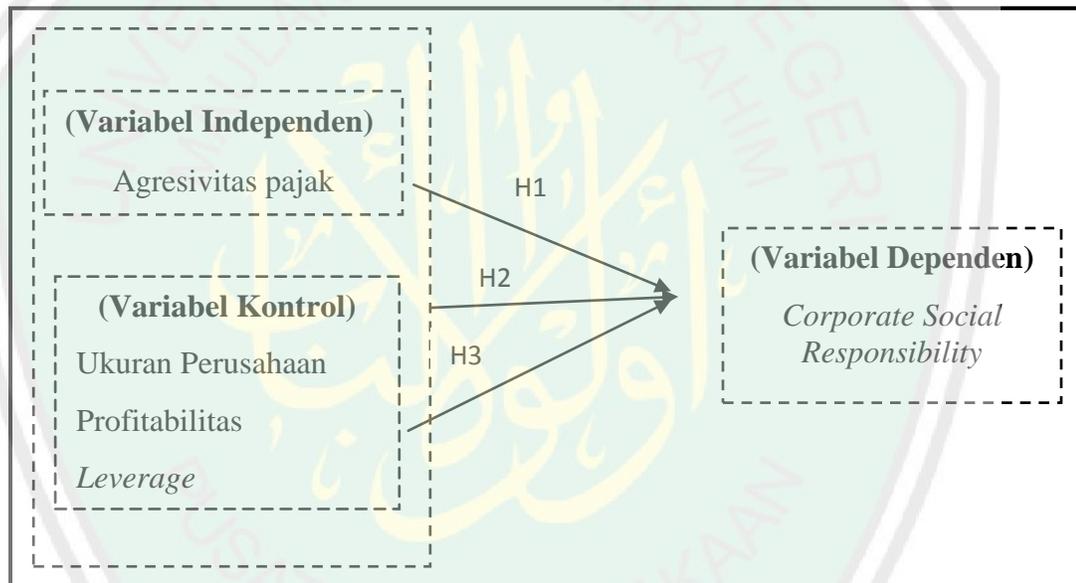
:

“Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.”(QS At-Taubah: 103)

2.3. Kerangka Konseptual

Berdasarkan landasan teori yang telah diuraikan sebelumnya, maka model kerangka konsep yang digunakan untuk memudahkan pemahaman terhadap penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



Gambar kerangka konseptual di atas menjelaskan bahwa agresivitas pajak merupakan variabel independen yang dapat mempengaruhi CSR selain itu ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* dalam penelitian ini berfungsi sebagai variabel kontrol. Variabel kontrol adalah variabel yang dikendalikan atau dibuat konstan sehingga pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen tidak dipengaruhi oleh faktor luar yang tidak diteliti (Sugiyono: 2012)

2.4. Perumusan Hipotesis

2.4.1. Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Perusahaan yang melakukan agresivitas pajak berarti mengurangi jumlah pajak yang harus dibayarkan kepada Negara dan berdampak langsung pada penerimaan Negara yang lebih sedikit dari yang seharusnya. Dengan kata lain perusahaan dianggap tidak bertanggung jawab secara sosial. Untuk mendapatkan image positif dari masyarakat karena telah melakukan agresivitas pajak maka perusahaan mengeluarkan dan mengungkapkan CSR sebagai bukti bahwa perusahaan tersebut bertanggung jawab sosial kepada masyarakat.

Beberapa penelitian tentang pengaruh agresivitas pajak terhadap CSR menunjukkan hasil bahwa agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap CSR penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yosida (2016) menunjukkan bahwa agresivitas pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR yakni semakin besar agresivitas pajak perusahaan maka semakin luas pengungkapan CSR perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Utari (2014) juga menunjukkan hasil yang sama bahwa agresivitas pajak berpengaruh positif signifikan terhadap CSR.

Hasil penelitian di atas memberikan arti bahwa semakin besar agresivitas pajak suatu perusahaan maka semakin besar juga pengungkapan CSR nya. Hal ini sesuai dengan teori legitimasi bahwa CSR diungkapkan untuk mendapatkan *image* yang

positif dari masyarakat. Berdasarkan penjelasan dari penelitian terdahulu maka dapat disimpulkan sebuah hipotesis :

H1: agresivitas pajak berpengaruh positif signifikan terhadap CSR.

2.4.2. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan leverage Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)

Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil. Selain itu perusahaan besar dan memiliki biaya keagenan yang lebih besar tentu akan mengungkapkan informasi yang lebih luas hal ini dilakukan untuk mengurangi biaya keagenan yang dikeluarkan. Lebih banyak pemegang saham, berarti memerlukan lebih banyak juga pengungkapan, hal ini dikarenakan tuntutan dari para pemegang saham dan para analis pasar modal

Beberapa penelitian tentang ukuran perusahaan terhadap CSR menunjukkan hasil yang positif dan signifikan. Penelitian yang dilakukan oleh Purnasiwi dan Sudarno (2014) menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR.yakni semakin besar ukuran perusahaan yang diukur dengan total aset maka pengungkapan CSR nya juga akan semakin luas. Beberapa penelitian tentang pengaruh profitabilitas terhadap CSR menunjukkan hasil bahwa agresivitas pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak. Penelitian yang dilakukan oleh Novrianto (2012) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR yakni semakin besar profitabilitas

perusahaan maka semakin luas pengungkapan CSR perusahaan. Sedangkan penelitian tentang pengaruh *leverage* terhadap CSR menunjukkan hasil bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR. Penelitian yang dilakukan oleh Purnasiwi dan Sudarno (2014) menunjukkan hasil bahwa *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR. yakni semakin besar *leverage* suatu perusahaan maka pengungkapan CSR nya juga akan semakin luas.

H2: Ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR

2.4.3. Pengaruh Agresivitas Pajak, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan leverage Terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Beberapa penelitian tentang agresivitas pajak dengan variabel kontrol ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* menunjukkan hasil yang signifikan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Rini, Handajani dan Sasanti (2015) Yakni agresivitas pajak jika diuji bersama-sama dengan variabel kontrol ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage berpengaruh positif dan signifikan. Yakni semakin tinggi agresivitas pajak, ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage maka pengungkapan CSR perusahaan akan semakin luas

H3: Agresivitas pajak, ukuran perusahaan dan Leverage berpengaruh positif signifikan terhadap CSR

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana data yang digunakan merupakan data sekunder yang berasal dari laporan keuangan dan *annual report* perusahaan Pertanian dan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini menggunakan perusahaan Pertanian dan Pertambangan dengan alasan bahwa perusahaan-perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam dan menurut Undang-Undang No 40 tahun 2007 perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.. Adapun data yang diperlukan yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, *Cash Effective Tax Rates* (CETR) total aset, laba bersih dan total utang perusahaan. Data tersebut diperoleh dari situs resmi yaitu <http://www.idx.co.id> maupun website perusahaan.

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono: 2012). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan Pertanian dan Pertambangan yang terdaftar di Bursa

Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2012-2014. Perusahaan pertanian dan pertambangan digunakan dalam penelitian ini karena selain perusahaan mempunyai kewajiban untuk menyampaikan laporan keuangan atau laporan tahunan kepada pihak luar perusahaan terutama kepada *stakeholder*, perusahaan tersebut menurut Undang-Undang No 40 tahun 2007 perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan..

3.3 Teknik Pengambilan sampel

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dimana cara pengambilan subjek bukan didasarkan pada strata, random atau daerah tetapi didasarkan atas adanya kriteria tertentu, untuk itu ditetapkan beberapa sampel berdasarkan kriteria tertentu Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Perusahaan pertanian dan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2012 sampai 2014
2. Menerbitkan laporan keuangan dan laporan tahunan (*annual report*) tahun 2012-2014
3. Tidak mengalami kerugian selama tahun 2012-2014
4. Menyajikan laporan keuangan menggunakan satuan Rupiah selama tahun 2012-2014
5. Mengungkapkan laporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan selama tahun 2012-2014

Penentuan jumlah sampel berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan dijelaskan pada tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1
Penentuan Jumlah Sampel Penelitian

Kriteria	Jumlah perusahaan
Perusahaan pertanian dan pertambangan yang terdaftar di BEI selama tahun 2012-2014	61
Perusahaan yang tidak menerbitkan Laporan keuangan dan laporan Tahunan tahun 2012-2014	(15)
Perusahaan yang mengalami kerugian selama tahun 2012-2014	(16)
Perusahaan yang menyajikan laporan keuangan tidak menggunakan satuan Rupiah selama tahun 2012-2014	(16)
Perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR selama tahun 2012-2014	(2)
Jumlah perusahaan yang digunakan untuk penelitian	12
Total sampel selama 3 tahun (2012-2014)	36

Sumber: www.idx.co.id

Berdasarkan teknik *purposive sampling* di atas, diperoleh sampel sebanyak 36 laporan keuangan dan laporan tahunan (*annual report*) perusahaan pertanian dan pertambangan selama tahun 2012-2014 yang berasal dari 12 perusahaan yang memenuhi kriteria untuk dijadikan objek penelitian.

3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Variabel laten yang diketahui dalam penelitian ini terdiri dari 5 variabel yaitu variabel independen agresivitas pajak variabel kontrol ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage*, dan variabel dependen *corporate social responsibility*,

3.4.1. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) Sugiyono: 2012) Variabel independen dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak. Agresivitas pajak merupakan bagian dari manajemen pajak dalam hal perencanaan pajak. Dimana jika dikaitkan dengan penghindaran atau penggelapan pajak, perencanaan agresivitas pajak lebih mengarah pada penghindaran pajak yang termasuk dalam tindakan legal dalam upaya untuk mengurangi pajak yang harus dibayarkan perusahaan (Jesica dan Toly 2014)

Tindakan pajak agresif dalam penelitian ini diukur menggunakan pengukuran *cash effective tax rate* (CETR) mengacu pada penelitian yang dilakukan Suardijaya dkk. (2015). CETR diperoleh dengan membagi jumlah pajak yang dibayarkan (*income tax paid*) dengan laba sebelum pajak (*pretax income*). Jumlah pajak yang dibayarkan (*income tax paid*) diambil dari laporan arus kas bagian operasi. CETR ini mencerminkan tarif yang sesungguhnya berlaku atas penghasilan wajib pajak yang dilihat berdasarkan jumlah pajak yang dibayarkan. Semakin tinggi CETR, maka tindakan pajak agresif perusahaan akan semakin rendah.

$$\text{Cash Effective Tax Rate (CETR)} = \frac{\text{Jumlah Pajak yang dibayarkan}}{\text{Laba sebelum Pajak}}$$

3.4.2 Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. (sugiyono:2012). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility*. *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diprosikan ke dalam pengungkapan CSR. Pengungkapan tanggung jawab sosial dalam penelitian ini menggunakan indikator *Global Reporting Initiative* (G-4) khusus yang diperoleh dari website <http://www.globalreporting.org>. *Global Reporting Initiative* (GRI) adalah sebuah kerangka pelaporan untuk membuat *sustainability reports* yang terdiri atas prinsip-prinsip pelaporan

Tabel 3.2.
Indikator Pengungkapan *Corporate So cial Responsibility* (CSR)

No	Kategori	Indikator Pengungkapan
1	Ekonomi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan 2. Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim 3. Cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti 4. Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah

Tabel 3.2.(Lanjutan)
Indikator Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

		<ol style="list-style-type: none"> 5. Rasio upah standar pegawai pemula (entry level) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan 6. Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di lokasi operasi yang signifikan 7. Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan 8. Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak 9. Perbandingan pembelian dari pemasok lokal di lokasi operasional yang signifikan
2	Lingkungan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume 2. Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang 3. Konsumsi energi dalam organisasi 4. Konsumsi energi di luar organisasi 5. Intensitas energi 6. Pengurangan konsumsi energi 7. Pengurangan kebutuhan energi pada produk dan jasa 8. Total pengambilan air berdasarkan sumber 9. Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air 10. Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali 11. Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola di dalam, atau yang berdekatan dengan, kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung 12. Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung 13. Habitat yang dilindungi dan dipulihkan

Tabel 3.2.(Lanjutan)
Indikator Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

No	Kategori	Indikator Pengungkapan
		<p>14. Jumlah total spesies dalam iucn red list dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional berdasarkan tingkat risiko kepunahan</p> <p>15. Emisi gas rumah kaca (grk) langsung (cakupan 1)</p> <p>16. Emisi gas rumah kaca (grk) energi tidak langsung (cakupan 2)</p> <p>17. Emisi gas rumah kaca (grk) tidak langsung lainnya (cakupan 3)</p> <p>18. Intensitas emisi gas rumah kaca (grk)</p> <p>19. Pengurangan emisi gas rumah kaca (grk)</p> <p>20. Emisi bahan perusak ozon (bpo)</p> <p>21. Nox, sox, dan emisi udara signifikan lainnya</p> <p>22. Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan</p> <p>23. Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan</p> <p>24. Jumlah dan volume total tumpahan signifikan</p> <p>25. Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi basel2 lampiran i, ii, iii, dan viii yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional</p> <p>26. Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkena dampak dari air buangan dan limpasan dari organisasi</p> <p>27. Tingkat mitigasi dampak terhadap dampak lingkungan produk dan jasa</p> <p>28. Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasi menurut kategori</p> <p>29. Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter karena ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan</p> <p>30. Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi, dan pengangkutan tenaga kerja</p>

Tabel 3.2.(Lanjutan)
Indikator Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

No	Kategori	Indikator Pengungkapan
		31. Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis 32. Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan 33. Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil 34. Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
3	Praktek ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja	1. Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah 2. Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan 3. Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut gender 4. Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama 5. Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen-pegawai yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja 6. Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender 7. Pekerja yang sering terkena atau berisiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka 8. Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja 9. Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan

Tabel 3.2.(Lanjutan)
Indikator Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

No	Kategori	Indikator Pengungkapan
3		<ul style="list-style-type: none"> 10. Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti 11. Persentase karyawan yang menerima rewiu kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan 12. Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya 13. Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan 14. Ersentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan 15. Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil 16. Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
4	Hak Asasi manusia	<ul style="list-style-type: none"> 1. Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia 2. Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi, termasuk persentase karyawan yang dilatih 3. Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan perbaikan yang diambil

Tabel 3.2.(Lanjutan)
Indikator Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

No	Kategori	Indikator Pengungkapan
		<ol style="list-style-type: none"> 4. Operasi dan pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau berisiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut 5. Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif 6. Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja 7. Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia diorganisasi yang relevan dengan operasi 8. Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil 9. Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan reviu atau asesmen dampak hak asasi manusia 10. Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia 11. Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil 12. Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal
5	Masyarakat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan 2. Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal

Tabel 3.2.(Lanjutan)
Indikator Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

No	Kategori	Indikator Pengungkapan
		<ol style="list-style-type: none"> 3. Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi 4. Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi 5. Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil 6. Nilai total kontribusi publik berdasarkan negara dan penerima / penerima manfaat. 7. Jumlah total tindakan hukum terkait anti persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya 8. Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan 9. Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria dampak terhadap masyarakat 10. Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil 11. Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
6	Tanggung jawab atas produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan yang dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan 2. Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis hasil 3. Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis

Tabel 3.2.(Lanjutan)
Indikator Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

No	Kategori	Indikator Pengungkapan
		4. Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil 5. Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan 6. Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan 7. Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor, menurut jenis hasil 8. Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan 9. Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa

Sumber: www.globalreporting.org

Pengukuran dilakukan dengan *core* yakni mencocokkan item pada *Global Reporting Initiative* (G-4) yang berjumlah 91 item dengan item yang diungkapkan perusahaan. Apabila salah satu item diungkapkan maka diberikan nilai 1, jika tidak ada satupun item yang diungkapkan maka diberikan nilai 0 pada *check list*. Total *check list* dihitung untuk mendapatkan jumlah *item* yang diungkapkan perusahaan. Indeks pengungkapan masing-masing perusahaan kemudian dibagi dengan jumlah item yang diharapkan diungkapkan. Maka rumus untuk pengukuran pengungkapan CSR:

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

CSRI: indeks luas pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan.

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

n_i : jumlah item yang seharusnya diungkapkan

3.4.3 Variabel Kontrol

Variabel kontrol adalah variabel yang dikendalikan atau dibuat konstan sehingga pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen tidak dipengaruhi oleh faktor luar yang tidak diteliti (Sugiyono: 2012)

3.4.3.1. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu pengukuran yang dikelompokkan berdasarkan besar kecilnya perusahaan dan dapat menggambarkan aktivitas serta pendapatan perusahaan. Ukuran perusahaan pada penelitian ini diukur menggunakan logaritma Natural total asset

$$\text{Ukuran perusahaan} = \text{LN}(\text{total asset})$$

3.4.3.2. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari kegiatan yang dilakukan perusahaan (Zulaikha: 2014) Return on assets (ROA) merupakan salah satu pendekatan yang dapat mencerminkan

profitabilitas suatu perusahaan Pendekatan ROA menunjukkan bahwa besarnya laba yang diperoleh perusahaan dengan menggunakan total aset yang dimilikinya ROA juga memperhitungkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang terlepas dari pendanaan. Semakin tinggi rasio ini semakin baik performa perusahaan dengan menggunakan aset dalam memperoleh laba bersih (Darmawan dan Sukartha: 2014)

$$\text{ROA} = \frac{\text{laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

3.4.3.3. *Leverage*

Leverage adalah rasio yang mengukur kemampuan utang baik jangka panjang maupun jamgka pendek untuk membiayai aktiva perusahaan (Kurniasih dan Sari: 2013). *Leverage* dalam penelitian ini dihitung dengan membagi total hutang dengan total aset. Total utang termasuk seluruh kewajiban lancar dan utang jangka panjang. (Brigham dan Houston: 2010)

$$\text{Leverage} = \frac{\text{Totak Utang}}{\text{Total aset}}$$

3.5 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Analisis regresi linier berganda berguna untuk memodelkan hubungan antara variabel dependen dan independen dimana

jumlah variabel independen lebih dari satu (Yamin, Rachmach dan Kurniawan: 2011). Masing-masing hipotesis akan dianalisis menggunakan *software* SPSS 16,0 untuk menguji hubungan antar variabel.

3.5.1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, minimum, maksimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemencengan distribusi). (Ghozali: 2012)

3.5.2. Uji asumsi klasik

Model regresi linier dapat disebut sebagai model yang baik jika memenuhi asumsi klasik. Oleh karena itu uji asumsi klasik sangat diperlukan sebelum melakukan analisis regresi. Uji asumsi klasik terdiri atas uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji autokorelasi dan uji linearitas (Sarjono: 2011)

3.5.2.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Salah satu cara untuk mengetahui normal tidaknya distribusi data adalah dengan menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogoro –Smirnov* (K-S). Jika nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka dikatakan Normal, namun jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka dikatakan terjadi tidak Normal (Ghozali: 2012).

3.5.2.2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Terdapat beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi, namun yang umum dipakai untuk mendeteksi adanya multikolinieritas adalah nilai *Tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai *VIF* ≥ 10 (Ghozali:2012)

3.5.2.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut terjadi Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi terjadinya heteroskedastisitas salah satunya adalah menggunakan uji Glejser, yakni jika nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka dikatakan Homoskedastisitas namun jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka dikatakan terjadi Heteroskedastisitas (Ghozali: 2012).

3.5.2.4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi kinier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Atokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini muncul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Hal ini sering ditemukan pada data runtut waktu (*time series*) karena “gangguan” pada seseorang individu/ kelompok cenderung mempengaruhi “gangguan” pada individu/ kelompok yang sam apada periode berikutnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi,

Salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji *Durbin-Watson* (DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW di bawah -2 ($DW < -2$)
 2. Tidak terjadi autokorelasi, jika nilai DW berada diantara -2 dan $+2$ atau $-2 < DW < +2$
 3. Terjadi autokorelasi negatif jika nilai DW di atas $+2$ atau $DW > +2$
- (sunnyoto: 2-13) (Sunnyoto: 2013)

3.6. Pengujian Hipotesis

3.6.1. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/ terikat. Cara menentukan Uji statistik F adalah

1. Membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut Tabel. Bila nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel, maka H_0 ditolak dan menerima H_1 .
2. Jika nilai signifikansi dari ANOVA $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan menerima H_1 . (Ghozali: 2012).

3.6.2. Uji Signifikansi Parameter Individual

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/ independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Cara menentukan Uji statistik F adalah

1. Membandingkan nilai t hasil perhitungan dengan nilai t menurut Tabel. Bila nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel, maka H_0 ditolak dan menerima H_1 .
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan menerima H_1 . (Ghozali: 2012)

3.6.3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. (Ghozali: 2012)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Objek Penelitian

Data yang disajikan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang berasal dari perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan dan laporan tahunan (*annual report*) perusahaan pertanian dan pertambangan tahun 2012, 2013 dan 2014. Jumlah perusahaan yang bergerak di bidang pertanian dan pertambangan di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2014 berjumlah 61 perusahaan. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* dengan menggunakan kriteria-kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan pertanian dan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2012 sampai 2014
2. Menerbitkan laporan keuangan dan laporan tahunan (*annual report*) tahun 2012-2014
3. Tidak mengalami kerugian selama tahun 2012-2014
4. Menyajikan laporan keuangan menggunakan satuan Rupiah selama tahun 2012-2014
5. Mengungkapkan laporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan selama tahun 2012-2014

Penentuan jumlah sampel berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan dijelaskan pada tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1
Penentuan Jumlah Sampel Penelitian

Kriteria	Jumlah perusahaan
Perusahaan pertanian dan pertambangan yang terdaftar di BEI selama tahun 2012-2014	61
Perusahaan yang tidak menerbitkan Laporan keuangan dan laporan Tahunan tahun 2012-2014	(15)
Perusahaan yang mengalami kerugian selama tahun 2012-2014	(16)
Perusahaan yang menyajikan laporan keuangan tidak menggunakan satuan Rupiah selama tahun 2012-2014	(16)
Perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR selama tahun 2012-2014	(2)
Jumlah perusahaan yang digunakan untuk penelitian	12
Total sampel selama 3 tahun (2012-2014)	36

Sumber: www.idx.co.id

Berdasarkan teknik *purposive sampling* di atas, diperoleh sampel sebanyak 36 laporan keuangan dan laporan tahunan (*annual report*) perusahaan pertanian dan pertambangan selama tahun 2012-2014 yang berasal dari 12 perusahaan yang memenuhi kriteria untuk dijadikan objek penelitian. Berikut ini adalah daftar perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini:

Tabel 4.2
Daftar Nama Perusahaan

No	Kode	Emiten	Sektor → Sub Sektor
1	BISI	PT. BISI International Tbk.	Pertanian → Tanaman pangan
2	AALI	PT. Astra Agro Lestari Tbk.	Pertanian → Perkebunan
3	JAWA	PT. Jaya Agra Wattie Tbk.	Pertanian → Perkebunan
4	LSIP	PT. Perusahaan Perkebunan London Sumatra Indonesia Tbk.	Pertanian → Perkebunan
5	SGRO	PT. Sampoerna Agro Tbk	Pertanian → Perkebunan
6	SIMP	PT. Salim Ivomas Pratama Tbk.	Pertanian → Perkebunan
7	GEMS	PT. Golden Energy Mines Tbk.	Pertambangan → Pertambangan Batu Bara
8	MYOH	PT. Samindo Resources Tbk.	Pertambangan → Pertambangan Batu Bara
9	RUIS	PT. Radiant Utama Interinsco Tbk.	Pertambangan → Pertambangan Minyak dan Gas
10	TINS	PT Timah (Persero) Tbk.	Pertambangan → Pertambangan Logam dan Mineral Lainnya
11	CTTH	PT. Citatah Tbk.	Pertambangan → Pertambangan Batu-Batuan
12	MITI	PT. Mitra Investindo Tbk.	Pertambangan → Pertambangan Batu-Batuan

Sumber: www.idx.co.id

4.2. Analisis Data

4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berasal dari laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan pertanian dan pertambangan BEI tahun 2012 – 2014. Variabel-variabel penelitian dihitung menggunakan rumus yang sesuai dengan teori yang ada yang selanjutnya akan diolah dengan menggunakan *software* SPSS 16,0. Penjelasan mengenai perhitungan setiap variabel adalah sebagai berikut:

1. Agresivitas pajak

Agresivitas pajak merupakan bagian dari manajemen pajak dalam hal perencanaan pajak. Dimana jika dikaitkan dengan penghindaran atau penggelapan pajak, perencanaan agresivitas pajak lebih mengarah pada penghindaran pajak yang termasuk dalam tindakan legal dalam upaya untuk mengurangi pajak yang harus dibayarkan perusahaan (Jesica dan Toly 2014)

Tindakan pajak agresif dalam penelitian ini diukur menggunakan pengukuran *cash effective tax rate* (CETR) mengacu pada penelitian yang dilakukan Suardijaya dkk. (2015). CETR diperoleh dengan membagi jumlah pajak yang dibayarkan (*income tax paid*) dengan laba sebelum pajak (*pretax income*).

$$\text{Cash Effective Tax Rate (CETR)} = \frac{\text{Jumlah Pajak yang dibayarkan}}{\text{Laba sebelum Pajak}}$$

Contoh Perhitungan CETR (sampel pada perusahaan AALI) untuk tahun 2012 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Perhitungan CETR

PERUSAHAAN	2012		
	Pajak yg dibayar	EBT	CETR
AALI	Rp 996.054.000.000	Rp 3.524.893.000.000	0,28

Sumber: Data Sekunder, diolah 2016

Tabel di atas menjelaskan bahwa pada tahun 2012 total beban pajak yang telah dibayar perusahaan AALI sebesar Rp. 996.054.000.000 dan laba sebelum pajak adalah Rp. 3.524.893.000.000 maka total CETR adalah 0,28

2. *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility merupakan upaya manajemen yang dijalankan oleh entitas bisnis untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan berdasar keseimbangan pilar ekonomi, sosial dan lingkungan, dengan meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif disetiap pilar. (Sarosa: 2008).

Pengungkapan tanggung jawab sosial dalam penelitian ini menggunakan indikator *Global Reporting Initiative* (G-4) khusus yang diperoleh dari website <http://www.globalreporting.org>. *Global Reporting Initiative* (GRI) adalah sebuah kerangka pelaporan untuk membuat *sustainability reports* yang terdiri atas prinsip-prinsip pelaporan

Pengukuran dilakukan dengan *core* yakni mencocokkan item pada *Global Reporting Initiative* (G-4) yang berjumlah 91 item dengan item yang diungkapkan perusahaan. Apabila salah satu item diungkapkan maka diberikan nilai 1, jika tidak ada satupun item yang diungkapkan maka diberikan nilai 0 pada *check list*. Total *check list* dihitung untuk mendapatkan jumlah *item* yang diungkapkan perusahaan. Indeks pengungkapan masing-masing perusahaan kemudian dibagi dengan jumlah item yang diharapkan diungkapkan. Maka rumus untuk pengukuran pengungkapan CSR:

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

CSRI_i: indeks luas pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan.

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

ni : jumlah item yang seharusnya diungkapkan

Check list pengungkapan CSR yang telah diungkapkan oleh perusahaan dapat dilihat pada lampiran 5 dan contoh Perhitungan CSR (sampel pada perusahaan AALI) untuk tahun 2012, 2013 dan 2014 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Perhitungan CSR

ENTITAS	2012			2013			2014		
	Perusahaan	GRI	CSR	Perusahaan	GRI	CSR	Perusahaan	GRI	CSR
AALI	8	91	0,09	8	91	0,09	6	91	0,07

Sumber: Data Sekunder, diolah 2016

Tabel di atas menjelaskan bahwa pada tahun 2012 perusahaan AALI mengungkapkan CSR sebanyak 8 item dan pengungkapan yang seharusnya diungkapkan menurut *Global Reporting Initiative* (G-4) adalah 91 pengungkapan maka total CSRI_i (2012) adalah 0,09. Pada tahun 2013 perusahaan AALI mengungkapkan CSR sebanyak 8 item dan pengungkapan yang seharusnya

diungkapkan menurut *Global Reporting Initiative (G-4)* adalah 91 pengungkapan maka total CSRI (2013) adalah 0,09. Pada tahun 2014 perusahaan AALI mengungkapkan CSR sebanyak 6 item dan pengungkapan yang seharusnya diungkapkan menurut *Global Reporting Initiative (G-4)* adalah 91 pengungkapan maka total CSRI (2014) adalah 0,07

3. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu pengukuran yang dikelompokkan berdasarkan besar kecilnya perusahaan dan dapat menggambarkan aktivitas serta pendapatan perusahaan. Ukuran perusahaan pada penelitian ini diukur menggunakan logaritma Natural total asset

$$\text{Ukuran perusahaan} = \text{LN (total asset)}$$

Contoh Perhitungan ukuran perusahaan (sampel pada perusahaan AALI) untuk tahun 2012 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5
Perhitungan Ukuran Perusahaan

NO	PERUSAHAAN	2012	
		TOTAL ASET	SIZE
1	AALI	Rp 12.419.820.000.000	30,15

Sumber: Data Sekunder, diolah 2016

Tabel di atas menjelaskan bahwa pada tahun 2012 total aset perusahaan AALI sebesar Rp. 12.419.820.000.000 dan Ln dari total aset adalah 30,15

4. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari kegiatan yang dilakukan perusahaan (Zulaikha: 2014) Return on assets (ROA) merupakan salah satu pendekatan yang dapat mencerminkan profitabilitas suatu perusahaan Pendekatan ROA menunjukkan bahwa besarnya laba yang diperoleh perusahaan dengan menggunakan total aset yang dimilikinya ROA juga memperhitungkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang terlepas dari pendanaan. Semakin tinggi rasio ini semakin baik performa perusahaan dengan menggunakan aset dalam memperoleh laba bersih (Darmawan dan Sukartha: 2014)

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Contoh Perhitungan profitabilitas (sampel pada perusahaan AALI) untuk tahun 2012 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6
Perhitungan Profitabilitas

NO	PERUSAHAAN	2012		
		Laba Bersih	Total Aset	Profitabilitas
2	AALI	Rp 2.520.266.000.000	Rp 12.419.820.000.000	0,20

Sumber: Data Sekunder, diolah 2016

Tabel di atas menjelaskan bahwa pada tahun 2012 laba bersih perusahaan AALI sebesar Rp. 2.520.266.000.000 sedangkan total aset perusahaan AALI sebesar Rp. 12.419.820.000.000 maka total profitabilitas perusahaan adalah 0,20

5. *Leverage*

Leverage adalah rasio yang mengukur kemampuan utang baik jangka panjang maupun jangka pendek untuk membiayai aktiva perusahaan (Kurniasih dan Sari: 2013). *Leverage* dalam penelitian ini dihitung dengan membagi total hutang dengan total aset. Total utang termasuk seluruh kewajiban lancar dan utang jangka panjang. (Brigham dan Houston: 2010)

$$\text{Leverage} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total aset}}$$

Contoh Perhitungan *Leverage* (sampel pada perusahaan AALI) untuk tahun 2012 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Perhitungan *Leverage*

NO	PERUSAHAAN	2012		
		Total Utang	Total Aset	Leverage
2	AALI	Rp 3.054.409.000.000	Rp 12.419.820.000.000	0,25

Sumber: Data Sekunder, diolah 2016

Tabel di atas menjelaskan bahwa pada tahun 2012 total hutang perusahaan AALI sebesar Rp. 3.054.409.000.000 sedangkan total aset perusahaan AALI sebesar Rp. 12.419.820.000.000 maka total profitabilitas perusahaan adalah 0,25

Berdasarkan perhitungan-perhitungan yang telah diuraikan di atas dapat diketahui nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi dengan menggunakan statistik deskriptif yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 4.8
Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	36	.00	.12	.0344	.02863
Agresivitas Pajak	36	.12	1.12	.3406	.18363
Ukuran Perusahaan	36	25.72	31.06	28.6811	1.43185
Profitabilitas	36	.00	.20	.0697	.04942
Leverage	36	.13	.80	.4131	.21535
Valid N (listwise)	36				

Sumber: idx.co.id data diolah, 2016

Nilai minimum variabel CSR adalah 0,00, sedangkan nilai maksimum dari pengungkapan CSR adalah 0,12. Nilai rata-rata pengungkapan CSR adalah 0.0344 dengan standar deviasi 0,02863. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan dalam mengungkapkan CSR adalah sebesar 2,87%.

Nilai minimum variabel agresivitas pajak adalah 0,12,, sedangkan nilai maksimum dari agresivitas pajak adalah 1,12. Nilai rata-rata agresivitas pajak adalah 0.3406 dengan standar deviasi 0,18363. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan dalam melakukan agresivitas pajak adalah sebesar 18,367%.

Nilai minimum variabel *Size* adalah 25,72,, sedangkan nilai maksimum dari *Size* adalah 31,06 . Nilai rata-rata *Size* adalah 28,6811 dengan standar deviasi 1,43185. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata ukuran perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini termasuk dalam kategori perusahaan besar

Nilai minimum variabel profitabilitas adalah 0,00, sedangkan nilai maksimum dari profitabilitas adalah 0,20. Nilai rata-rata profitabilitas adalah 0,0697 dengan standar deviasi 0,4942. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata profitabilitas perusahaan adalah sebesar 49,42%.

Nilai minimum variabel *leverage* adalah 0,13, sedangkan nilai maksimum dari *leverage* adalah 0,80. Nilai rata-rata *leverage* adalah 0,4131 dengan standar deviasi 0,21536. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata *leverage* perusahaan adalah sebesar 21,54%.

4.2.2. Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap *Corporate Social Responsibility*

4.2.2.1. Hasil pengujian Hipotesis

4.2.2.1.1. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/ independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Cara menentukan Uji statistik F adalah

1. Membandingkan nilai t hasil perhitungan dengan nilai t menurut Tabel. Bila nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel, maka H_0 ditolak dan menerima H_1 .

2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan menerima H_1 . (Ghozali: 2012)

Tabel 4.9
Uji Signifikansi Parameter Individual

Model	Coefficients ^a							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	.038	.010		3.683	.001			
CETR	-.010	.027	-.065	-.381	.706	-.065	-.065	-.065

a. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data Sekunder, diolah 2016

Hasil uji t yakni pengujian secara parsial pengaruh variabel independen agresivitas pajak terhadap variabel dependen CSR adalah Nilai sig sebesar 0,706 yakni lebih besar dari 0,05. Berdasarkan hasil sig dapat disimpulkan bahwa agresivitas pajak secara parsial tidak berpengaruh secara terhadap CSR.

4.2.2.1.2. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel

independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. (Ghozali: 2012)

Tabel 4.10
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.065 ^a	.004	-.025	.02899	1.160

a. Predictors: (Constant), CETR

b. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data Sekunder, diolah 2016

Hasil modal summary menunjukkan bahwa besarnya *adjusted R²* adalah -0,025, menurut Gujarati (2003) dalam Ghozali (2012) jika dalam uji empiris didapat nilai *adjusted R²* negatif, maka nilai *adjusted R²* dianggap bersifat nol. Hal ini menunjukkan bahwa variabel agresivitas pajak tidak dapat dijelaskan oleh variabel CSR.

4.2.2.1.3. Persamaan

Berdasarkan Tabel 4.16 yang menjelaskan pengaruh variabel independen agresivitas pajak terhadap variabel dependen CSR, diperoleh model regresi linear sebagai berikut:

$$CSR = \alpha + \beta_1 \text{ CETR} + \varepsilon$$

$$CSR = 0,038 - 0,010 + \varepsilon$$

Interprestasi dari persamaan tersebut adalah sebagai berikut:

1. $\alpha = 0,038$ menunjukkan bahwa apabila agresivitas pajak bernilai 0 maka *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebesar 0,038
2. $\beta_1 = -0,418$ menunjukkan bahwa CETR berpengaruh negatif terhadap *Corporate Social Responsibility*. Nilai CETR rendah menunjukkan agresivitas yang dilakukan perusahaan tinggi. Jadi dapat disimpulkan semakin tinggi agresivitas perusahaan maka semakin luas pengungkapan CSR perusahaan artinya apabila agresivitas pajak meningkat satu- satuan unit maka *Corporate Social Responsibility* akan meningkat sebesar 0,010 dengan asumsi variabel lain konstan.

4.2.3. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage Terhadap *Corporate Social Responsibility*

4.2.3.1. Uji Asumsi Klasik

Model regresi linier dapat disebut sebagai model yang baik jika memenuhi asumsi klasik. Oleh karena itu uji asumsi klasik sangat diperlukan sebelum melakukan analisis regresi. Uji asumsi klasik terdiri atas uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedatisitas, uji autokorelasi (Sarjono: 2011)

4.2.3.1.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar

maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Salah satu cara untuk mengetahui normal tidaknya distribusi data adalah dengan menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogoro –Smirnov* (K-S). Jika nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka dikatakan Normal, namun jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka dikatakan terjadi tidak Normal (Ghozali: 2012).

Tabel 4.11
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		36
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.02281409
Most Extreme Differences	Absolute	.157
	Positive	.157
	Negative	-.100
Kolmogorov-Smirnov Z		.943
Asymp. Sig. (2-tailed)		.336

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data Sekunder, diolah 2016

Tabel 4.9 di atas menunjukkan hasil perhitungan SPSS normalitas dengan menggunakan *one-sample kolmogorov-smirnov*. Nilai signifikansi adalah sebesar 0,336 yakni lebih besar dari 0,05, maka data berdistribusi normal

4.2.3.1.2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Terdapat beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi, namun yang umum dipakai untuk mendeteksi adanya multikolinieritas adalah nilai *Tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$ (Ghozali:2012)

Tabel 4.12
Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
Model	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	-.271	.090		-3.012	.005		
	UKURAN PERUSAHAAN	.010	.003	.493	3.282	.002	.878	1.139
	PROFITABILITAS	.210	.098	.362	2.152	.039	.700	1.429
	LEVERAGE	.019	.023	.144	.818	.420	.644	1.554

a. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data Sekunder, diolah 2016

Hasil perhitungan nilai *Tolerance* menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *Tolerance* kurang dari 0,10 dan hasil perhitungan nilai VIF

menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Maka dapat disimpulkan tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

4.2.3.1.3. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut terjadi Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi terjadinya heterokedastisitas salah satunya adalah menggunakan uji Glejser, yakni jika nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka dikatakan Homoskedastisitas namun jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka dikatakan terjadi Heteroskedastisitas (Ghozali: 2012).

Tabel 4.13
Uji Heteroskedastisitas

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.001	3	.000	1.568	.216 ^a
	Residual	.007	32	.000		
	Total	.008	35			

a. Predictors: (Constant), LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS

b. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Data Sekunder diolah 2016

Uji heterokedastisitas dengan menggunakan metode glejser menunjukkan bahwa hasil dari sig adalah sebesar 0,216 yakni lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung heterokedastisitas.

4.2.3.1.4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi kinier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Atokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini muncul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Hal ini sering ditemukan pada data runtut waktu (*time series*) karena “gangguan” pada seseorang individu/ kelompok cenderung mempengaruhi “gangguan” pada individu/ kelompok yang sam apada periode berikutnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi,

Salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji *Durbin-Watson* (DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW di bawah -2 ($DW < -2$)
2. Tidak terjadi autokorelasi, jika nilai DW berada diantara -2 dan +2 atau $-2 < DW < +2$
3. Terjadi autokorelasi negatif jika nilai DW di atas +2 atau $DW > +2$ (sunnyoto: 2-13) (Sunnyoto: 2013)

Tabel 4.14
Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.604 ^a	.365	.305	.02386	1.144

a. Predictors: (Constant), LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS

b. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data Sekunder diolah 2016

Hasil perhitungan nilai *Durbin-Watson* adalah 1,144 yakni berada diantara -2 dan 2 atau $-2 < 1,144 < +2$. Maka dapat disimpulkan bahwa data tidak terjadi autokorelasi

4.2.3.2. Hasil pengujian Hipotesis

4.2.3.2.1. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/ independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Cara menentukan Uji statistik F adalah

1. Membandingkan nilai t hasil perhitungan dengan nilai t menurut Tabel. Bila nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel, maka H_0 ditolak dan menerima H_1 .
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan menerima H_1 . (Ghozali: 2012)

Tabel 4.15
Uji Signifikansi Parameter Individual

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	-.271	.090		-3.012	.005			
UKURAN PERUSAHAAN	.010	.003	.493	3.282	.002	.520	.502	.462
PROFITABILITAS	.210	.098	.362	2.152	.039	.389	.356	.303
LEVERAGE	.019	.023	.144	.818	.420	-.227	.143	.115

a. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data Sekunder, diolah 2016

1. Nilai sig dari Uji t ukuran perusahaan adalah 0,002 yakni lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil sig dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh terhadap CSR
2. Nilai sig dari Uji t Profitabilitas adalah 0,039 yakni lebih kecil dari 0,05.. Berdasarkan hasil sig dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas secara parsial berpengaruh terhadap CSR
3. Nilai sig dari Uji t *Leverage* adalah 0,420 yakni lebih besar dari 0,05.. Berdasarkan hasil sig dapat disimpulkan bahwa *Leverage* secara parsial tidak berpengaruh terhadap CSR.

4.2.2.2.2 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. (Ghozali: 2012)

Tabel 4.16
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.604 ^a	.365	.305	.02386	1.144

a. Predictors: (Constant), LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS

b. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data Sekunder, diolah 2016

Hasil *modal summary* menunjukkan bahwa besarnya *adjusted R*² adalah 0,305, hal ini berarti 30,5% variabel CSR dapat dijelaskan oleh variabel ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage*. Sedangkan sisanya (100% -30,5% = 69,5%) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar model

4.2.2.2.3. Persamaan

Berdasarkan Tabel 4.13 yang menjelaskan pengaruh variabel kontrol ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage terhadap variabel dependen agresivitas pajak, diperoleh model regresi linear berganda sebagai berikut:

$$CSR = \alpha_0 + \beta_1 \text{ SIZE} + \beta_2 \text{ ROA} + \beta_3 \text{ LEVERAGE} + \varepsilon$$

$$CSR = -0,271 + 0,010 + 0,210 + 0,19 + \varepsilon$$

Interprestasi dari persamaan tersebut adalah sebagai berikut:

5. $\alpha = -0,271$ menunjukkan bahwa apabila variabel ukuran perusahaan, profitabilitas serta *leverage* bernilai 0 maka CSR akan bernilai sebesar -0,271
6. $\beta_1 = 0,010$ menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR artinya apabila ukuran perusahaan meningkat satu-satuan unit maka CSR akan naik sebesar 0,010 dengan asumsi variabel lain konstan.
7. $\beta_2 = 0,210$ menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh secara positif terhadap CSR artinya apabila profitabilitas meningkat satu- satuan unit maka CSR akan naik sebesar 0,210 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.
8. $\beta_3 = 0,19$ menunjukkan bahwa variabel *leverage* berpengaruh secara positif terhadap CSR artinya apabila *leverage* meningkat satu- satuan unit maka CSR akan naik sebesar 0,19 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

Variabel yang paling dominan atau yang paling besar mempengaruhi CSR adalah profitabilitas karena nilai β nya paling besar dibandingkan dengan ukuran

perusahaan dan *leverage* yakni sebesar 0,210, apabila profitabilitas meningkat satu-satuan unit maka CSR akan naik sebesar 0,210 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan

4.2.4. Pengaruh Agresivitas Pajak, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *leverage* Terhadap CSR

4.2.4.1. Uji Asumsi Klasik

Model regresi linier dapat disebut sebagai model yang baik jika memenuhi asumsi klasik. Oleh karena itu uji asumsi klasik sangat diperlukan sebelum melakukan analisis regresi. Uji asumsi klasik terdiri atas uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji autokorelasi dan uji linearitas (Sarjono: 2011)

4.2.4.1.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Salah satu cara untuk mengetahui normal tidaknya distribusi data adalah dengan menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogoro –Smirnov* (K-S). Jika nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka dikatakan Normal, namun jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka dikatakan terjadi tidak Normal (Ghozali: 2012).

Tabel 4.17
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		36
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.01472464
Most Extreme Differences	Absolute	.163
	Positive	.163
	Negative	-.116
Kolmogorov-Smirnov Z		.979
Asymp. Sig. (2-tailed)		.294

a. Test distribution is Normal.

Sumber: idx.co.id data diolah, 2016

Tabel 4.15 di atas menunjukkan hasil perhitungan SPSS normalitas dengan menggunakan *one-sample kolmogorov-smirnov*. Nilai signifikansi adalah sebesar 0,294 yakni lebih besar dari 0,05, maka data berdistribusi normal

4.2.4.1.2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Terdapat beberapa cara untuk mendeteksi ada atau

tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi, namun yang umum dipakai untuk mendeteksi adanya multikolinieritas adalah nilai *Tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai *VIF* ≥ 10 (Ghozali:2012)

Tabel 4.18
Uji Multikolinieritas

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-.280	.090		-3.117	.004		
	AGRESIVITAS PAJAK	.032	.027	.203	1.183	.246	.667	1.498
	UKURAN PERUSAHAAN	.010	.003	.490	3.282	.003	.877	1.140
	PROFITABILITAS	.252	.103	.436	2.441	.021	.615	1.626
	LEVERAGE	.011	.024	.083	.458	.650	.593	1.687

a. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data Sekunder, diolah 2016

Hasil perhitungan nilai *Tolerance* menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *Tolerance* kurang dari 0,10 dan hasil perhitungan nilai *VIF* menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *VIF* lebih dari 10. Maka dapat disimpulkan tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

4.2.4.1.3. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut terjadi Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi terjadinya heterokedastisitas salah satunya adalah menggunakan uji Glejser, yakni jika nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka dikatakan Homoskedastisitas namun jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka dikatakan terjadi Heteroskedastisitas (Ghozali: 2012).

Tabel 4.19
Uji Heteroskedastisitas

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.001	4	.000	1.041	.402 ^a
	Residual	.008	31	.000		
	Total	.009	35			

a. Predictors: (Constant), LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN, AGRESIVITAS PAJAK, PROFITABILITAS

b. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber Data Sekunder, diolah 2016

Uji heterokedastisitas dengan menggunakan metode glejser menunjukkan bahwa hasil dari sig adalah sebesar 0,402 yakni lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung heterokedastisitas

4.2.4.1.4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi kinier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Atokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini muncul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Hal ini sering ditemukan pada data runtut waktu (*time series*) karena “gangguan” pada seseorang individu/ kelompok cenderung mempengaruhi “gangguan” pada individu/ kelompok yang sam apada periode berikutnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi,

Salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji *Durbin-Watson* (DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

4. Terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW di bawah -2 ($DW < -2$)
 5. Tidak terjadi autokorelasi, jika nilai DW berada diantara -2 dan $+2$ atau $-2 < DW < +2$
 6. Terjadi autokorelasi negatif jika nilai DW di atas $+2$ atau $DW > +2$
- (sunyoto: 2-13) (Sunyoto: 2013)

Tabel 4.20
Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.626 ^a	.392	.314	.02371	1.248

a. Predictors: (Constant), LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN, AGRESIVITAS PAJAK, PROFITABILITAS

b. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data Sekunder, diolah 2016

Hasil perhitungan nilai *Durbin-Watson* adalah 1,130 yakni berada diantara -2 dan 2 atau $-2 < 1,130 < +2$. Maka dapat disimpulkan bahwa data tidak terjadi autokorelasi

4.2.4.2. Hasil Pengujian Hipotesis

4.2.4.2.1. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/ terikat. Cara menentukan Uji statistik F adalah

1. Membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut Tabel. Bila nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel, maka H_0 ditolak dan menerima H_1 .
2. Jika nilai signifikansi dari ANOVA $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan menerima H_1 . (Ghozali: 2012).

Tabel 4.21
Uji Signifikansi Simultan

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.011	4	.003	5.006	.003 ^a
	Residual	.017	31	.001		
	Total	.029	35			

a. Predictors: (Constant), LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN, AGRESIVITAS PAJAK, PROFITABILITAS

b. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data Sekunder, diolah 2016

Hasil uji F yakni pengujian secara simultan pengaruh variabel independen agresivitas pajak dan Variabel kontrol *size*, profitabilitas dan *leverage* terhadap variabel dependen agresivitas pajak menunjukkan sig sebesar 0,003 yakni kurang dari 0,05. Nilai F_{hitung} adalah 5,006 dan F_{tabel} adalah 2,68 maka $F_{hitung} 3,481 > F_{tabel} 2,68$. Berdasarkan hasil tersebut disimpulkan bahwa agresivitas pajak, *size*, profitabilitas dan *leverage* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap CSR.

4.2.4.2.2. Uji Koefisien determinasi

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel

independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. (Ghozali: 2012)

Tabel 4.22
Uji Koefisien determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.626 ^a	.392	.314	.02371	1.248

a. Predictors: (Constant), LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN, AGRESIVITAS PAJAK, PROFITABILITAS

b. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data Sekunder, diolah 2016

Hasil *modal summary* menunjukkan bahwa besarnya *adjusted R²* adalah 0,314, hal ini berarti 31,4% variabel CSR dapat dijelaskan oleh variabel agresivitas pajak, *size*, profitabilitas dan *leverage*. Sedangkan sisanya ($100\% - 31,4\% = 68,6\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar model

4.3. Pembahasan

4.3.1. Pengaruh CSR Terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS yang tersaji dalam tabel 4.21 menunjukkan bahwa agresivitas pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,706 yang lebih besar dari 0,05,. Dan nilai dari *adjusted R²* sebesar -0,025 yang tersaji pada table 4.22 menunjukkan bahwa variabel CSR tidak dapat dijelaskan oleh variabel agresivitas pajak. Hal ini

dikarenakan tingkat agresivitas pajak pada sektor pertambangan dan pertambangan rata-rata masih relatif kecil yakni 34 % selain itu rendahnya tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang bersifat sukarela dan belum maksimal mengikuti standard GRI. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin besar atau semakin kecil agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan tidak mempengaruhi perusahaan untuk melakukan mengungkapkan CSR secara luas.

Nilai β CETR adalah -0,010. Nilai CETR rendah menunjukkan agresivitas yang dilakukan perusahaan tinggi. Jadi dapat disimpulkan semakin tinggi agresivitas perusahaan maka semakin luas pengungkapan CSR perusahaan artinya apabila agresivitas pajak meningkat satu- satuan unit maka *Corporate Social Responsibility* akan meningkat sebesar 0,010 dengan asumsi variabel lain konstan. Hal ini mendukung teori legitimasi dalam konteks agresivitas pajak yakni CSR diungkapkan untuk mendapatkan image positif dari masyarakat akibat dari agresivitas pajak yang telah dilakukan perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fardila (2015) yang menjelaskan bahwa agresivitas pajak berpengaruh positif tidak signifikan terhadap CSR, karena perusahaan meminimalkan biaya secara legal maupun ilegal dengan mengungkapkan informasi lebih banyak.

4.3.2. Pengaruh Variabel Kontrol Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil analisis yang tersaji dalam tabel 4.13 menunjukkan bahwa Variabel Kontrol *Size* berpengaruh positif signifikan terhadap CSR, Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 atau lebih kecil dari 0,05 dan nilai β Size yang positif Artinya semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar juga pengungkapan CSR perusahaan, Hal ini berarti perusahaan besar yang diukur berdasarkan total aset akan mengungkapkan informasi lebih banyak dari pada perusahaan yang kecil. Perusahaan besar cenderung mendapatkan tekanan untuk melakukan kegiatan-kegiatan sosial yang berhubungan dengan lingkungan dan masyarakat sehingga perusahaan besar akan mengeluarkan biaya tambahan terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan serta akan mengungkapkan informasi tambahan agar dapat dipandang positif oleh masyarakat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Purnasiwi dan Sudarno (2014) semakin besar suatu perusahaan, maka akan cenderung melakukan pengungkapan CSR yang lebih luas. Perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disorot, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan

Variabel Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap CSR. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,039 atau lebih kecil dari 0,05 dan nilai β profitabilitas yang positif. Artinya semakin besar profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan CSR perusahaan, karena dengan tingkat profitabilitas

perusahaan yang tinggi akan memberikan kebebasan pada pihak manajemen untuk melaksanakan dan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas rendah akan sangat mempertimbangkan pelaksanaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, karena khawatir akan mengganggu operasional perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati (2013) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR. Yakni semakin besar profitabilitas perusahaan maka semakin luas pengungkapan CSR perusahaan.

Variabel *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,420 atau lebih besar dari 0,05. Yakni tinggi rendahnya *leverage* perusahaan tidak mempengaruhi perusahaan untuk mengungkapkan CSR lebih luas. Hal tersebut menunjukkan bahwa tinggi rendahnya hutang yang dimiliki oleh perusahaan tidak digunakan untuk kegiatan CSR melainkan digunakan untuk kegiatan operasional lain yang lebih diperlukan oleh perusahaan. Selain itu, meskipun jumlah utang perusahaan besar namun jika perusahaan memiliki kepedulian dan tanggung jawab yang besar terhadap lingkungan sosialnya maka perusahaan tersebut akan tetap melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Nilai β *leverage* bernilai positif menunjukkan bahwa semakin besar *leverage* perusahaan maka semakin luas pengungkapan CSR perusahaan. Hal ini dikarenakan dengan adanya pengeluaran biaya CSR maka diharapkan pendapatan perusahaan akan

semakin tinggi. Sesuai dengan teori agensi mengenai perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi akan meningkatkan pengungkapan CSR yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debt holder*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Asrarsani (2014) yang menyatakan bahwa semakin besar leverage perusahaan, maka semakin luas pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan.

4.3.3. Pengaruh CSR Terhadap Agresivitas Pajak dengan Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage* Sebagai Variabel Kontrol

Hasil perhitungan SPSS yang tersaji dalam tabel 4.19 menunjukkan bahwa agresivitas pajak, *Size*, Profitabilitas dan *Leverage* secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap CSR. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,003 yakni kurang dari 0,05. Nilai F_{hitung} adalah 5,006 dan F_{tabel} adalah 2,68 maka $F_{hitung} 5,006 > F_{tabel} 2,68$. Dan nilai dari *adjusted R*² sebesar 0,314 yang tersaji pada tabel 4.20 menunjukkan bahwa variabel agresivitas pajak, ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* berpengaruh terhadap CSR sebesar 31,4%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin besar agresivitas pajak, ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* perusahaan maka pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan juga akan semakin luas.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh agresivitas pajak terhadap *corporate social responsibility* dengan ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* sebagai variabel kontrol dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel agresivitas pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR.. Hal ini dikarenakan tingkat agresivitas pajak pada sektor pertambangan dan pertambangan rata-rata masih relatif kecil yakni 34 % selain itu rendahnya tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang bersifat sukarela dan belum maksimal mengikuti standard GRI. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin besar atau semakin kecil agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan tidak mempengaruhi perusahaan untuk melakukan mengungkapkan CSR secara luas.
2. Variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap CSR. Sedangkan *leverage* berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap CSR
3. Agresivitas pajak jika diuji bersama-sama dengan variabel kontrol yakni ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* menunjukkan hasil yang positif dan signifikan.

1.2.Keterbatasan Penelitian

Setelah melakukan analisis dan mengetahui interpretasi hasil, maka peneliti menemukan beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Informasi yang disajikan

Pemilihan indikator hanya didasarkan dengan ketersediaan informasi yang lengkap yang disajikan oleh tiap-tiap laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan. Namun, informasi yang didapat terkadang sangat minim sehingga peneliti tidak dapat meneliti secara lebih detail pada setiap kebutuhan informasi untuk tiap-tiap variabel yang akan diteliti.

2. Nilai *Adjusted R-square* dalam penelitian ini masih relatif kecil yaitu 0,314 yang menunjukkan bahwa variabel pengungkapan agresivitas pajak, ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* hanya mampu mempengaruhi agresivitas pajak sebesar 31,4% dan terdapat variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini namun mempunyai pengaruh yang jauh lebih besar terhadap CSR.

1.3.Saran

Berdasarkan keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini, maka peneliti mengajukan saran dalam upaya perbaikan penulisan untuk penelitian selanjutnya antara lain:

1. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya perusahaan pertanian dan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2012 – 2014 sehingga tidak dapat digeneralisasikan pada

jenis industri lain. Untuk penelitian selanjutnya disarankan memperbesar sampel penelitian, dengan menambah jumlah tahun dan juga tidak hanya berfokus pada perusahaan perusahaan sektor pertanian dan pertambangan saja melainkan perusahaan manufaktur dan sektor lainnya

2. Hendaknya ditambah dengan variabel lain yang dapat mempengaruhi CSR sehingga dapat memperbesar nilai *adjusted R Square*. Salah satunya adalah tipe industri, karena perusahaan yang termasuk *high profile* mengungkapkan pertanggungjawabannya lebih baik daripada perusahaan *low profile*. (Purwanto: 2011)



DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran dan Terjemahan

- Asrarsani, Andi Mursyid. 2013. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Perbankan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanudin. Makasar.
- Baskoro, Rizky Bayu Aji. 2015. *Analisis Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan Corporate Social Reponsibility: Untuk Menguji Teori Legitimasi (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013)*. Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Semarang.
- Brigham, Eugene F. dan Houston Joel F. 2010. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Salemba Empat: jakarta
- Darmawan, I Gede Hendy dan surakartha I Made. 2014. *Pengaruh penerapan Corporate Governance, leverage, Return On Assets dan Ukuran perusahaan Pada Penghindaran Pajak*. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana. 9 (1) 143-161
- Diana, Nur Ilfi. 2012. *Hadits Ekonomi*. UIN-MALIKI PRESS: Malang
- Fardilah, Mariska. 2015. *Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Skripsi. Universitas Widyatama. Bandung
- Femitasari, Lina. 2014. *Pengaruh Proporsi Dewan Komisaris Independen, Kepemilikan Institusional dan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak*. Skripsi. Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang

Global Reporting Initiative (GRI). (2013). Pedoman Laporan Berkelanjutan.(GRI G4)Versi Bahasa Indonesia. Diakses pada 11 Februari 2016 dari <http://www.globalreporting.org>.

Gusfahmi, 2011. *Pajak Menurut Syariah*. Rajawali Pers: Jakarta

Indrawan, Danu Candra. 2011. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan. Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.

Istriasih, Nur. 2015. *Pengaruh Karakteristik Eksekutif Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility: Agresivitas Pajak Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Perusahaan Non Keuangan Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2012-2013)*. Skripsi. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang

Jessica Dan Toly, Agus Arianto. 2014. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak*. *Tax & Accounting Review*, 4 (1)

Kamila, Putri Almainda. 2014. *Analisis Hubungan Agresivitas Pelaporan Keuangan dan Agresivitas Pajak*. *Finance and Banking Journal*. 16 (2). 228-245.

Kementerian Keuangan Republic Indonesia Direktorat Jenderal Pajak. 2013. *Undang-Undang KUP Dan Peraturan Pelaksanaannya*: Jakarta

Kurniasari, Wahyu Indah. 2015. *Pengaruh Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Keberadaan Risk Management Committee Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2013)*. Skripsi.Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang

Kurniasih, Tommy. dan Sari, Maria M. Ratna. 2013. *Pengaruh Return On Assets, Leverage, Corporate Governance, Ukuran Perusahaan Dan Kompensasi Rugi Fiskal Terhadap Tax Avoidance*. *Buletin Studi Ekonomi* 8 (1)

Kurniawati, Fajar Ari. 2013. *Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2009- 2011*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.

- Muzakki, Muadz Rizki. 2015. *Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak. (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013)*. Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang
- Ningsaptiti, Restie. 2010. *Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Mekanisme Corporate Governance Terhadap Manajemen Laba*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang
- Novrianto. 2012. *Pengaruh Leverage, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Informasi Sosial Pada Perusahaan Manufaktur di BEI*. Jurnal ilmiah mahasiswa akuntansi. 1 (1)
- Nugraha, Novia Bani. 2015. *Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Non-Keuangan Yang Terdaftar Di Bei Selama Periode 2012-2013)*. Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang
- Octaviana, Natasya Elma. 2014. *Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Corporate Social Responsibility: Untuk Menguji Teori Legitimasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan dan Properti yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2012)*. Skripsi. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro. Semarang
- Oktaviana, Natasya Elma. 2014. *Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Corporate Social Responsibility: Untuk Menguji Teori Legitimasi*. Skripsi. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang
- Poerwanto. 2010. *Corporate Social Responsibility Menjinakkan Gejala Sosial Di Era Pornografi*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Pradnyadari, I Dewa Ayu Intan. 2015. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak ((Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun (2011-2013)*. Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang
- Purnasiwi, Jayanti Dan Sudarmo. 2011. *Analisis Pengaruh Size, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang

- Purwanggono, Erlang Anugrahendra. 2015. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Mayoritas Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013)*. Skripsi. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang.
- Purwanto, Agus. 2011. *Pengaruh tipe industri, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap corporate social responsibility*. Jurnal Akuntansi dan Auditing. 8 (1). 1-94.
- Ramadhan, Afishar. 2013. *Pengaruh Ukuran Perusahaan (Size), Dan Likuiditas Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Melalui Laba Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia*. Skripsi. Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Rini, Diah Mustika. Handajani, Lilik Dan Sasanti, Elin Relina. 2015. *Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Publik Indonesia Yang Melakukan Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. Jurnal Simposium Nasional Akuntansi XVIII
- Rusydi, M. Khoirul. 2013. *Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Aggressive Tax Avoidance Di Indonesia*. Jurnal Akuntansi Multiparadigma. 4 (2). 165-329
- Sagala, Winarti Monika. 2015. *Analisis Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Non-Keluangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013)*. Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang
- Sarjono, Haryadi. Dan Julianita, Winda. 2011. *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset*. Salemba Empat. Jakarta
- Sarosa, Wicaksono dan Amri, Mulya. 2008. *CSR untuk penguatan kohesi sosial. Indonesia*. Busines Links: Jakarta
- Sarwendah, Dhawentha Ayu. 2014. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak*. Skripsi. Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya
- Simanjuntak, Tina Masrina. 2015. *Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR): Untuk Menguji Teori Legitimasi*

(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2014). Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Maranatha. Bandung.

Solihin, Ismail. 2011. *Corporate Social Responsibility from Charity to sustainability*. Salemba Empat: Jakarta.

Suandy, Erly. 2014. *Perencanaan Pajak*. Salemba Empat: Jakarta

Suardijaya, I Nyoman. Handajani Lilik. dan Isnaini, Zuhrotul. 2015. *Tindakan Pajak Agresif Pada Perbankan Eksplorasi Corporate Risk Dan Corporate Governance*. Jurnal Simposium Nasional Akuntansi XVIII

Sudarmadji, Ardi Murdoko. Dan Sularto, Lana. 2007. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Tipe Kepemilikan Perusahaan Terhadap Luas Voluntary Disclosure Laporan Keuangan Tahunan*. Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitek dan Sipil. 2. A53-A61

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung

Sunyoto, Danang. 2013. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. PT Refika Aditama: Bandung

Supramono dan Utami, Intiyas. 2004. *Desain Proposal Penelitian Akuntansi dan Keuangan*. ANDI: Yogyakarta

Suyanto, Krisnata Dwi. 2012. *Pengaruh Likuiditas, Leverage, Komisaris Independen dan Manajemen Laba Terhadap Agresivitas Pajak*. Tesis. Program Pascasarjana Universitas Kristen satya Wacana, Salatiga

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.

Utami, Anindyati Sarwindah. 2011. *Pengaruh Kinerja keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance Sebagai Variabel pemoderasi*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas jember

- Utari, Intan Ayu. 2014. *Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Corporate Social Responsibility: Untuk Menguji Teori Legitimasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011- 2013)*. Skripsi. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang
- Yamin, Sofyan. Rachmach, Lien A. Dan Kurniawan Heri. 2011. *Regresi dan Korelasi dalam Genggaman Anda*. Salemba Empat: Jakarta
- Yoehana, Maretta. 2013. *Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2011)*. Skripsi. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang
- Yosida, Shely Praska. 2016. *Pengaruh Agresivitas Pajak, Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2014)*. Skripsi. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro. Semarang
- Zulaikha, Danis, Ardyansah 2014. *Pengaruh Size, Leverage, Profitability, Capital Intensity Rasio, Komisararis Independen Terhadap Efective Tax Rate (ETR)*. Diponegoro Journal Of Accounting. 3 (2) 1-9