

**PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DENGAN
VARIABEL KONTROL UKURAN PERUSAHAAN, ROA
DAN LEVERAGE PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR
DI JAKARTA ISLAMIC INDEX**

SKRIPSI



Oleh:

SITI KHODIJAH

NIM : 12520094

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

**PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DENGAN
VARIABEL KONTROL UKURAN PERUSAHAAN, ROA
DAN LEVERAGE PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR
DI JAKARTA ISLAMIC INDEX**

SKRIPSI

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



Oleh :

SITI KHODIJAH

NIM :12520094

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

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DENGAN
VARIABEL KONTROL UKURAN PERUSAHAAN, ROA
DAN LEVERAGE PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR
DI JAKARTA ISLAMIC INDEX**

SKRIPSI

Oleh

SITI KHODIJAH

NIM: 12520094

Telah disetujui 27 Juni 2016
Dosen Pembimbing,



Sri Andriani, SE., M.Si
NIP: 19750313 200912 2 001

Mengetahui:
Ketua Jurusan,



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

LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR SKRIPSI

**PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DENGAN
VARIABEL KONTROL UKURAN PERUSAHAAN, ROA
DAN LEVERAGE PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR
DI JAKARTA ISLAMIC INDEX**

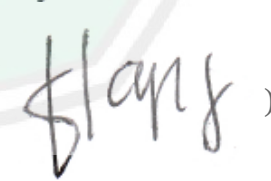
SKRIPSI

Oleh
SITI KHODIJAH
NIM :12520094

Telah Dipertahankan di Depan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada 27 Juni 2016

Susunan Dewan Penguji:

Tanda Tangan

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

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 : Siti Khodijah
 NIM : 12520094
 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 VARIABEL KONTROL UKURAN PERUSAHAAN, ROA DAN *LEVERAGE* PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI *JAKARTA ISLAMIC INDEX*” 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, 9 Juni 2016

Hormat Saya,



SITI KHODIJAH
 NIM : 12520094

MOTTO & PERSEMBAHAN

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥﴾

"Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan"

(Alam Nasyroh: 5)

"The principle of a success are a hard work and never give up"

PERSEMBAHAN

Skripsi ini ku persembahkan untuk

Abah, Umi, Kakak-kaka dan Adik-adikku tercinta

Sahabat-sahabatku tersayang

Terima kasih untuk dukungan, motivasi, dan doa

Pang senantiasa mengiringi setiap langkahku

You'r the greatest gift that God ever gave

Thank you for being a part of you all

Love you...

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini terselesaikan dengan judul “Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap *Corporate Social Responsibility* Dengan Variabel Kontrol Ukuran Perusahaan, Roa Dan *Leverage* Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di *Jakarta Islamic Index*”.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni Din al-Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mujia Rahardjo, M.Si selaku Rektor 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 (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Nanik Wahyuni, SE., MSi., Ak., CA selaku Ketua Jurusan Akuntansi.
4. Ibu Sri Andriani, SE., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya dalam memberikan arahan dan nasihat sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Kedua Orang tua dan keluarga yang telah memberi banyak do’a dan dukungan secara moril dan spirituil.
7. Semua teman-teman Akuntansi yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
8. Dan seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari 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...

Malang, 9 Juni 2016

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
MOTTO & PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Masalah	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.4.1. Secara Teoritis	9
1.4.2. Secara Praktisi	9
1.5. Batasan Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu	11
2.2. Kajian Teori	17
2.2.1. Teori Logistimasi	17
2.2.2. Pengertian Agresivitas pajak	18
2.2.3. Pengertian <i>Corporate Social Responsibility</i>	20
2.2.4. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	23
2.2.5. Variabel Kontrol	24
2.2.5.1. <i>Return On Asset (ROA)</i>	24
2.2.5.2. <i>Leverage</i>	25
2.2.5.3. Ukuran Perusahaan	25
2.2.6. Kajian Perspektif Islam CSR	25
2.2.7. Kajian Perspektif Islam Agresivitas pajak	28
2.2.8. Jakarta Islamic Index (JII)	31
2.2.9. Kerangka Konseptual	34
2.2.10. Hipotesis	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	37
3.2. Populasi dan Sampel	37
3.3. Teknik Pengambilan Sampel	38
3.4. Sumber Data	39

3.5. Variabel dan Definisi Operasional Variabel	39
3.5.1. Variabel Independen	39
3.5.2. Variabel Dependen	40
3.5.3. Variabel Kontrol	41
3.6. Teknik Analisis Data	42
3.6.1. Deskriptif Statistik	43
3.6.2. Uji Asumsi Klasik	43
3.6.2.1. Uji Normalitas	43
3.6.2.2. Uji Heterokedastisitas	44
3.6.2.3. Uji Multikolinieritas	44
3.6.2.4. Uji Autokorelasi	44
3.6.3. Uji Hipotesis	45
3.6.3.1. Koefisien Determinan (R^2)	45
3.6.3.2. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	45
3.6.3.3. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	47
4.2. Analisis Data	48
4.2.1. Pengaruh Variabel Kontrol Terhadap CSR	48
4.2.1.1. Deskriptif Statistik	48
4.2.1.2. Uji Asumsi Klasik	53
4.2.1.3. Uji Hipotesis	58
4.2.2. Pengaruh Variabel Agresivitas Pajak, Kontrol Terhadap CSR	62
4.2.2.1. Deskriptif Statistik	62
4.2.2.2. Uji Asumsi Klasik	68
4.2.2.3. Uji Hipotesis	73
4.2.3. Pengaruh Variabel Agresivitas Pajak Terhadap CSR	77
4.2.3.1. Deskriptif Statistik	77
4.2.3.2. Uji Hipotesis	80
4.3. Pembahasan	83
4.3.1. Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap CSR Dengan Variabel Kontrol Ukuran Perusahaan, ROA dan <i>Leverage</i>	83
BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	90
5.2. Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1 Prosedur Pemilihan Sampel Perusahaan	38
Tabel 3.2 Daftar Perusahaan Yang Memenuhi Kriteria Pemilihan Sampel	39
Tabel 4.1 Pemilihan Sampel Penelitian	47
Tabel 4.2 Hasil Perhitungan CSR	49
Tabel 4.3 Hasil Perhitungan Ukuran Perusahaan	50
Tabel 4.4 Hasil Perhitungan ROA	51
Tabel 4.5 Hasil Perhitungan <i>Leverage</i>	51
Tabel 4.6 Deskriptif Statistik	52
Tabel 4.7 Uji Normalitas	54
Tabel 4.8 Uji Heterokedastisitas	55
Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas	56
Tabel 4.10 Uji Autokorelasi	57
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Berganda	58
Tabel 4.12 Koefisien Determinan (R^2)	60
Tabel 4.13 Uji Parsial (Uji t)	61
Tabel 4.14 Hasil Perhitungan Agresivitas Pajak	63
Tabel 4.15 Hasil Perhitungan Ukuran Perusahaan	64
Tabel 4.16 Hasil Perhitungan ROA	64
Tabel 4.17 Hasil Perhitungan <i>Leverage</i>	65
Tabel 4.18 Hasil Perhitungan CSR	66
Tabel 4.19 Deskriptif Statistik	66

Tabel 4.20 Uji Normalitas	69
Tabel 4.21 Uji Heterokedastisitas	70
Tabel 4.22 Uji Multikolinearitas	71
Tabel 4.23 Uji Autokorelasi	72
Tabel 4.24 Hasil Analisis Regresi Berganda	73
Tabel 4.25 Uji Koefiesien Determinan (R^2)	75
Tabel 4.26 Uji Simultan (Uji F)	76
Tabel 4.27 Hasil Perhitungan Agresivitas Pajak	78
Tabel 4.28 Hasil Perhitungan CSR	79
Tabel 4.29 Deskriptif Statistik	79
Tabel 4.30 Hasil Analisis Regresi Berganda	80
Tabel 4.31 Koefisiensi Determinan (Uji R^2)	81
Tabel 4.32 Uji Parsial (Uji t)	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	34
--------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1** Sampel Penelitian
- Lampiran 2** Indikator Pengungkapan CSR GRI G3.1
- Lampiran 3** Mencocokkan Pengungkapan CSR Perusahaan Dengan Yang Seharusnya Diungkapkan CSR
- Lampiran 4** Perhitungan Variabel- Variabel (Independen, Kontrol dan Dependen)
- Lampiran 5** Output SPSS
- Lampiran 6** Biodata Peneliti
- Lampiran 7** Bukti Konsultasi

ABSTRAK

Khodijah, Siti. 2016, SKRIPSI. Judul: “Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap *Corporate Social Responsibility* Dengan Variabel Kontrol Ukuran Perusahaan, ROA Dan *Leverage* Pada Perusahaan Yang Terdaftar di *Jakarta Islamic Index*”.

Pembimbing : Sri Andriani, SE., M.Si

Kata Kunci : Agresivitas Pajak, *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, ROA Dan *Leverage*.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Agresivitas Pajak terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Agresivitas Pajak yang diukur menggunakan proksi *effective tax rates* (ETR). Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penelitian ini menggunakan 3 variabel kontrol yaitu Ukuran Perusahaan, ROA Dan *Leverage*.

Fokus penelitian ini adalah 8 perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* periode 2009-2014 sebagai sampel penelitian. Data yang digunakan adalah data sekunder dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Analisis data menggunakan model analisis regresi linear berganda.

Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap CSR. Sedangkan dilihat secara simultan agresivitas pajak, ukuran perusahaan, ROA dan *leverage* berpengaruh terhadap CSR. Penelitian ini juga mengungkapkan dari variabel kontrol hanya ukuran perusahaan yang berpengaruh terhadap CSR, sedangkan ROA dan *leverage* tidak mempunyai pengaruh. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan besar cenderung mendapat tekanan untuk melakukan tanggung jawab sosial, sehingga cenderung mengungkapkan informasi lebih luas agar dapat dipandang positif oleh masyarakat.

ABSTRACT

Khodijah, Siti. 2016, Thesis. Title: "Influence of Tax Aggressiveness Against Corporate Social Responsibility With Variable Company Size Control, ROA and Lverage At Company Listed on the Jakarta Islamic Index".

Supervisor : Sri Andriani, SE., M.Si

Keywords : Tax Aggressiveness, Corporate Social Responsibility, Company Size, ROA and Lverage.

This study aimed to examine the Influence of the Tax Aggressiveness towards Corporate Social Responsibility (CSR). Independent variables used the tax Aggressiveness proxy of effective tax rates (ETR). While the dependent variable in this study was Corporate Social Responsibility (CSR). This study used three variables, namely control of company size, ROA and Lverage.

The focus of this research were 8 companies listed in the Jakarta Islamic Index 2009-2014 period as samples. The data used secondary data sampling technique used was purposive sampling. Analysis of data used multiple linear regression analysis model.

The analysis showed that the partial tax aggressiveness had no effect on CSR. While the views simultaneously aggressiveness tax firm size, ROA and leverage influenced to CSR. The study also revealed only the size of the control variables that affected the company's CSR, while ROA and leverage had no effect. This indicated that large companies tended to be under pressure to perform social responsibility, thus tended to disclose more extensive information to be viewed positively by the public.

مستخلص البحث

خديجة، ستي. ٢٠١٦. أطروحة. العنوان: "تأثير عدوانية الضرائب على مسؤولية الاجتماعية للشركات مع متغير ضابط حجم الشركة، ROA و *Leverage* في الشركة المدرجة في جاكارتا المؤشر الإسلامي".

المشرف : سري أندرياني، الماجستير
الكلمات الأساسية : عدوانية الضرائب، مسؤولية الاجتماعية للشركات، حجم الشركة، ROA و *Leverage*

هذا البحث يهدف إلى تجريب تأثير عدوانية الضرائب على مسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR). والمتغيرة المستقلة المستخدمة في هذا البحث هي عدوانية الضرائب وكييل باستخدام (ETR). أما المتغير التابع في هذا البحث هو مسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR). يستخدم هذا البحث ثلاثة متغيرات، وهي حجم الشركة، ROA و *Leverage*. يركز هذا البحث إلى ٨ شركات المدرجة في جاكارتا المؤشر الإسلامي الفترة ٢٠١٤-٢٠٠٩ كلعينات. البيانات المستخدمة هي البيانات الثانوية باستخدام أسلوب أخذ العينات هادفة. تحليل البيانات باستخدام نموذج تحليل الانحدار الخطي المتعدد. دل التحليل أن عدوانية الضرائب جزئية لا تتأثر على مسؤولية الاجتماعية للشركات. أما عدوانية الضرائب، حجم الشركة، ROA و *Leverage* تتأثر على مسؤولية الاجتماعية للشركات. هذا البحث يكشف من متغير الضابط أن حجم الشركة يتأثر على مسؤولية الاجتماعية للشركة، أما ROA و *Leverage* ليس لها أثر. هذا الحال يشير إلى أن الشركات الكبيرة تميل إلى أن تكون تحت الضغط لأداء المسؤولية الاجتماعية، حتى تميل إلى الكشف عن معلومات أشمل ليتم عرضه بشكل إيجابي من قبل الجمهور.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pajak memiliki peranan vital dalam perekonomian Negara Kita, karena pajak merupakan salah satu sumber pendapatan Negara yang dipungut dari masyarakat. Menurut UU No. 16 Tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, pajak merupakan 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 kemakmuran rakyat.

Agresivitas pajak merupakan suatu hal yang umum terjadi di kalangan perusahaan besar di seluruh dunia meskipun sampai saat ini masih menjadi perdebatan. Tindakan agresivitas pajak yang dilakukan melalui strategi perencanaan pajak pada umumnya berusaha untuk menghindari sanksi akibat dari penerapan pajak yang melanggar peraturan dan perundang- undangan perpajakan di Indonesia, tetapi perencanaan pajak merupakan penerapan kegiatan- kegiatan perusahaan terhadap peraturan dan perundang- undangan perpajakan yang berlaku untuk mengecilkan beban pajak perusahaan (Sumarsan, 2013: 115). Darussalam dan Septriadi (2009), agresi pajak atau perencanaan pajak adalah suatu skema transaksi yang ditujukan untuk meminimalkan beban pajak dengan memanfaatkan kelemahan- kelemahan ketentuan perpajakan suatu negara sehingga ahli pajak menyatakan legal karena tidak melanggar perpajakan. Tindakan ini menjadi perhatian publik

karena tindakan ini tidak sesuai dengan harapan masyarakat dan juga dapat merugikan negara. Balakrishnan *et al*, 2011 menyatakan bahwa perusahaan yang agresif terhadap pajak ditandai dengan transparansi yang lebih rendah.

Yonah, 2006 mengargumentasikan bahwa tujuan meminimalkan jumlah pajak perusahaan yang akan dibayar menjadi salah satu hal harus dipahami dan melibatkan beberapa etika, masyarakat atau adanya pertimbangan dari pemangku kepentingan perusahaan. Namun di sisi lain Lanis dan Richardson, (2013) mengatakan pembayaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan memiliki implikasi penting bagi masyarakat dalam hal pendanaan barang public seperti pendidikan, pertahanan nasional, kesehatan masyarakat dan hukum. Meskipun di sisi lain perusahaan masih dibebani mengenai tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR yang akan memberi dampak negative dimata masyarakat apabila perusahaan tidak melakukan tanggung jawabnya tersebut seperti yang diharapkan oleh masyarakat. Dari sisi perusahaan pajak merupakan sesuatu yang sebisa mungkin diminimalisir atau bahkan dihindari. Asrarsani (2013), untuk meminimalisir pajak tertanggung perusahaan melakukan *tax planning* yang dapat menurunkan beban pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan baik dengan cara legal maupun cara ilegal. Cara ilegal untuk meminimalisir tanggungan pajak adalah dengan cara penggelapan pajak terkait dengan penggunaan cara-cara yang melanggar hukum untuk mengurangi atau menghilangkan beban pajak. Sedangkan cara legal untuk meminimalisir tanggungan pajak adalah dengan cara memanfaatkan celah (*loopholes*) yang terdapat dalam peraturan

perpajakan yang ada untuk menghindari pembayaran pajak, atau melakukan transaksi yang tidak memiliki tujuan selain untuk menghindari pajak, dan yang paling sering dilakukan oleh perusahaan adalah tindakan agresivitas pajak.

Tindakan manajerial yang dirancang untuk meminimalkan pajak perusahaan melalui kegiatan agresivitas pajak menjadi fitur yang semakin umum di lingkungan perusahaan di seluruh dunia (Lanis dan Richardson, 2013). Tindakan agresivitas pajak tersebut menyeimbangkan antara biaya dan manfaat yang diperoleh. Slemrod (2004) dalam Balakrishnan, Blouin dan Guay (2011) bahwa agresivitas pajak merupakan aktivitas yang spesifik yang mencakup transaksi-transaksi, dimana tujuan utamanya adalah untuk menurunkan kewajiban pajak perusahaan. Khurana dan Moser (2009) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai *tax planning* perusahaan melalui aktivitas *tax avoidance* atau *tax sheltering*, yaitu tindakan agresivitas yang dirancang oleh perusahaan untuk meminimalkan beban pajak agar memperoleh keuntungan.

Lanis dan Richardson (2012) pajak merupakan faktor pendorong dalam banyak pengambilan keputusan perusahaan. Namun, dengan agresivitas pajak perusahaan dapat menghasilkan biaya dan manfaat yang signifikan. Semakin besar pajak yang harus ditanggung perusahaan maka akan mengakibatkan laba perusahaan menurun. Kebijakan-kebijakan perusahaan diperlukan untuk meminimalkan pajak agar perusahaan tetap mendapat laba maksimal. Mencari laba merupakan salah satu tujuan

perusahaan agar perusahaan dapat terus beroperasi. Aktivitas perusahaan tidak terlepas dari kontak sosial dengan masyarakat, oleh karena itu pandangan masyarakat terhadap perusahaan yang melakukan agresivitas pajak adalah negatif. Kasus tersebut akan sangat menjadi perhatian publik, dan perusahaan yang terlibat dianggap telah melakukan tindakan yang tidak bertanggung jawab secara sosial.

Kotler (2005) *Corporate Social Responsibility (CSR)* didefinisikan sebagai komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui Pratik bisnis yang baik dan mengkontribusikan sebagian sumber dana perusahaan. *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial, ekonomi dan lingkungan sekitar dimana perusahaan berada. Contoh bentuk tanggung jawab itu bermacam- macam, mulai dari melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk desa/ fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada. Saat ini *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai sebuah gagasan dan kewajiban untuk menjaga eksistensi perusahaan agar diterima dengan baik dalam rantai bisnisnya. Perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpinjak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*)

yang didefinisikan dalam kondisi keuangannya saja. Akan tetapi tanggung jawab perusahaan harus berpinjak pada *triple bottom lines*. Konsep *triple bottom lines* yaitu sebuah konsep pembangunan berkelanjutan pada aspek keuangan, aspek sosial, dan aspek lingkungan yaitu *people, profit, dan planet* (Rachman, 2011: 12).

Corporate Social Responsibility (CSR) secara umum dapat dijelaskan sebagai tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitar untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar termasuk para pemangku kepentingan (*stakeholder*). *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat didefinisikan dalam beberapa cara, termasuk "bagaimana perusahaan memperhitungkan dampak sosial dan lingkungan dalam cara mereka beroperasi, memaksimalkan manfaat dan meminimalkan kerugian" (Pemerintah UK, dalam Lanis dan Richardson, 2013). Lanis dan Richardson (2013) menjelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) dianggap sebagai factor kunci dalam keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan. Akan tetapi, tingkat keterlibatan perusahaan dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR) sifatnya tidak wajib. Dalam konteks yang lebih luas dan bisa dibilang lebih penting, *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpotensi mempengaruhi agresivitas pajak dalam hal bagaimana rekening perusahaan dan mengarahkan sistem dan proses sehubungan dengan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Pemerintah Indonesia telah mewajibkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan di dalam mempertanggung

jawabkan kegiatan perusahaannya dalam bentuk tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini di atur dalam Undang- Undang No.25 Tahun 2007 tentang penanaman modal pasal 15 yang menyatakan: setiap penanaman modal berkewajiban melakukan tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam kedua undang- undang tersebut mengatur seluruh badan usaha (perusahaan) Perseroan Terbatas (PT) diwajibkan untuk melaksanakan program pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan, hal ini berlaku bagi seluruh badan usaha (perusahaan). Pada kenyataan, yang terjadi sekarang banyak perusahaan yang tidak melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) walaupun telah diatur dalam Undang- Undang No.40 Tahun 2007 yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu kewajiban yang perlu dilakukan oleh perusahaan namun apabila dari sudut pandang PSAK, *Corporate Social Responsibility* (CSR) masih merupakan bentuk sukarela yang dilakukan oleh perusahaan dan tergolong relative rendah. Oleh sebab itu, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia masih tergolong belum efektif apabila dibandingkan dengan Negara lain. Selain itu perusahaan masih beranggapan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan beban yang harus di keluarkan oleh perusahaan. Padahal *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu bentuk timbal balik perusahaan kepada masyarakat dalam hal tanggung jawab sosial terhadap masyarakat, sedangkan ekspektasi yang diharapkan oleh sebagian besar masyarakat tidak sesuai dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang di ungkapkan oleh perusahaan. Hal ini yang

menjelaskan hubungan antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan perhatian masyarakat timbul dari perilaku perusahaan yang tidak sesuai dengan harapan masyarakat, seperti yang diasumsikan dalam teori legitimasi.

Corporate Social Responsibility (CSR) agar dapat efektif dan sesuai dengan harapan masyarakat maka diperlukan adanya kerjasama dengan pemerintah mengenai pajak yang dibebankan kepada perusahaan. Pemerintah seharusnya mengkaji ulang mengenai pemotongan pajak bagi perusahaan yang melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR). pada dasarnya kedua beban tersebut digunakan untuk mensejahterakan masyarakat. Namun agar perusahaan tidak memiliki dua beban maka perusahaan mulai mencari cara untuk meminimalkan pajak perusahaan melalui kegiatan agresivitas pajak. Tindakan tersebut tentu tidak sesuai dengan harapan masyarakat. Menurut Lanis dan Richardson (2013) perusahaan yang telah terbukti melakukan agresivitas pajak dapat bertindak sesuai dengan teori legitimasi dengan cara melakukan pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) tambahan.

Jakarta Islamic Index (JII) adalah salah satu index saham yang ada di Indonesia yang menghitung index harga rata-rata saham untuk jenis saham-saham yang memenuhi kriteria syariah. Pembentukan *Jakarta Islamic Index* (JII) tidak lepas dari kerja sama antara Pasar Modal Indonesia (dalam hal ini PT. Bursa Efek Jakarta) dengan PT. Danareksa Investment Management (PT. DIM).

Pada penelitian ini dengan menggunakan objek perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) karena berbeda dengan penelitian dahulu yang lebih cenderung menggunakan Bursa Efek Indonesia (BEI) dan *Jakarta Islamic Index* (JII) sendiri merupakan *Jakarta Islamic Index* (JII) yang lebih ke islami atau syariah, maka penelitian ini untuk mengetahui apakah ada perbedaan dengan penelitian terdahulu. Pada periode 2009-2014 ada pemindahan dari kepemimpinan SBY dengan Jokowi yang mana dilihat dari pajak akan ada perbedaan atau tidak mengenai agresivitas pajak dan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penelitian ini membedakan sampel dan proksi yang digunakan, karena di Indonesia belum ada pengelompokan perusahaan yang melakukan agresivitas pajak dan non agresivitas pajak, melainkan Direktorat Jendral Pajak hanya mengindikasikan bahwa terdapat beberapa sektor perusahaan yang dicurigai terlibat agresivitas pajak.

Berdasarkan uraian di atas, saya tertarik untuk mengembangkan penelitian dalam konteks pajak di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini ingin lebih mengetahui perusahaan yang melakukan agresivitas pajak apakah akan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap masyarakat yang berjudul **“Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap *Corporate Social Responsibility* Dengan Variabel Kontrol Ukuran Perusahaan, ROA dan *Leverage* Pada Perusahaan Yang Terdaftar di *Jakarta Islamic Index*”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini adalah apakah agresivitas pajak berpengaruh terhadap *Corporate Social responsibility* dengan variabel kontrol berupa ukuran perusahaan, *Return On Asset* (ROA), dan *leverage* pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* periode 2009-2014.

1.3. Tujuan Masalah

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh agresivitas pajak terhadap *Corporate Social responsibility* dengan variabel kontrol berupa ukuran perusahaan, *Return On Asset* (ROA), dan *leverage* pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* periode 2009-2014.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1.4.1. Secara Teoritis

Bagi akademik, penelitian ini dapat berkontribusi terhadap literature penulisan terkait dengan pengaruh agresivitas pajak terhadap *Corporate Social responsibility* (CSR).

1.4.2. Secara Praktisi

Bagi perusahaan, penelitian ini dapat menunjukkan bahwa sikap perusahaan terhadap agresivitas pajak akan memberikan dampak pengaruhnya terhadap pengungkapan *Corporate Social responsibility* (CSR), sehingga diharapkan dapat meningkatkan kesadaran perusahaan

untuk mengungkapkan informasi *Corporate Social responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan perusahaan, serta dapat digunakan sebagai referensi untuk pengambilan kebijakan oleh manajemen perusahaan.

1.5. Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* selama 6 tahun berturut-turut mulai periode 2009-2014.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu dalam penelitian ini digunakan sebagai dasar untuk mendapatkan gambaran dan menyusun kerangka berfikir mengenai penelitian ini. Dimana dalam penelitian terdahulu lebih cenderung meneliti *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap variabel kinerja keuangan perusahaan. Diantaranya Rusturiyani (2012), dan Yaparto, Frisko, & Eriandani (2013), mengatakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan terutama pada perusahaan pertambangan yang diproksikan dengan ROA, ROE, dan ROS, akan tetapi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan terutama pada perusahaan manufaktur yang diproksikan dengan ROA, ROE, dan EPS.

Berdasarkan dari penelitian terdahulu selanjutnya, Oktaviana (2014) mengatakan bahwa agresivitas pajak berpengaruh negatif terhadap CSR dan Dalam variabel kontrol yang meliputi variabel size, leverage, intensitas modal dan MTB tidak berpengaruh terhadap CSR hanya ROA yang berpengaruh terhadap CSR dengan nilai signifikan sebesar 0,001 yang kurang dari 0,05. Diah, Lilik & Elin (2014) mengatakan bahwa rata-rata tingkat agresivitas pajak di perusahaan public Indonesia khususnya perusahaan non keuangan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan hasil penelitian dengan

analisis sensitivitas bahwa agresivitas pajak mempengaruhi signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Kemudian dari penelitian Devi (2014), dan Nurani, Wigati (2015) mengatakan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan variabel struktur modal asing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, akan tetapi variabel kinerja lingkungan memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan terutama sebagai variabel moderating. Adapun penjelasan lebih detail terdapat di tabel 2.1.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun	Judul	Metode Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Rusturiyani, 2012	Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan	Regresi Berganda	Variabel Dependen: Kinerja Keuangan Variabel Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i>	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh terhadap kinerja keuangan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011.
2	Yaparto, Frisko, & Eriandani, 2013	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Pada Sektor Manufaktur Yang Terdaftar	Metode Regresi Linear Berganda	Variabel Dependen: Kinerja Keuangan Variabel Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap semua rasio keuangan yang digunakan meliputi: ROA, ROE, dan EPS

Tabel 2.1(Lanjutan)**Penelitian Terdahulu**

No	Nama dan Tahun	Judul	Metode Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		DiBursa Efek Indonesia Pada Periode 2010-2011			
3	Rosilian a, Yuniarta , & Darmawan, 2014	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi empiris Pada Perusahaan LQ45 di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2012)	Regresi Linear Berganda	Variabel dependen: Kinerja Keuangan Variabel Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	1. Variable CSR yang diukur dengan CSDI memiliki pengaruh negative dan tidak signifikan terhadap ROE. Dimana suatu biaya dapat mengurangi pendapatan perusahaan. 2. Variable CSR yang diukur dengan CSDI memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap ROA. 3. Variable CSR yang diukur dengan CSDI memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap ROS.
4	Oktaviana, 2014	Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> :	Regresi Linear Berganda	Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Hasil penelitian secara empiris menunjukkan bahwa agresivitas pajak berpengaruh negatif terhadap

Tabel 2.1(Lanjutan)**Penelitian Terdahulu**

No	Nama dan Tahun	Judul	Metode Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		Untuk Menguji Teori Legitimasi		Variabel Independen: Agresivitas Pajak	CSR. Dalam variabel kontrol yang meliputi variabel size, leverage, intensitas modal dan MTB tidak berpengaruh terhadap CSR hanya ROA yang berpengaruh terhadap CSR dengan nilai signifikan sebesar 0,001 yang kurang dari 0,05.
o	Diah, Lilik & Elin, 2014	Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Publik Indonesia yang melakukan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Metode menggunakan Analisis Regresi OLS dan pengujian Analisis Sensitivitas	Variabel Independen: Agresivitas Pajak Variabel Dependen: <i>Corporate Social responsibility</i>	Hasil penelitian membuktikan bahwa rata-rata tingkat agresivitas pajak di perusahaan public Indonesia khususnya perusahaan non keuangan masih tergolong rendah yaitu sebesar 0,25233 atau 25%, maka tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan hasil penelitian dengan analisis sensitivitas bahwa agresivitas pajak mempengaruhi

Tabel 2.1(Lanjutan)**Penelitian Terdahulu**

No	Nama dan Tahun	Judul	Metode Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
					signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Dan variabel kontrol hanya ukuran perusahaan yang berpengaruh, Sedangkan ROA, <i>Leverage</i> , intensitas modal tidak berpengaruh.
6	Devi, 2014	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Solvabilitas Sebagai Variabel Moderating	Metode Menggunakan Analisis Regresi Berganda	Variabel Debt To Asset Variabel Moderating: Hubungan CSR dan Nilai Perusahaan	Secara simultan, Pengaruh CSR dan Solvabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan secara parsial, CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan tingkat signifikan 0,004.
7	Nurani, Wigati, 2015	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Lingkungan Pada Struktur	<i>Moderated Regression Analysis</i>	Variabel Dependen: Kinerja Lingkungan, Struktur Kepemilikan Modal Asing Variabel Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i>	1. Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. 2. Variable kinerja lingkungan tidak berpengaruh

Tabel 2.1(Lanjutan)**Penelitian Terdahulu**

No	Nama dan Tahun	Judul	Metode Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		Kepemilikan Modal Asing Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan, Perkebunan Dan Kehutanan Yang Terdaftar Di BEI 2011-2013)			terhadap nilai perusahaan dan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sebagai variable moderating. 3. Variabel struktur kepemilikan modal asing berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sebagai variable moderating.
8	Nanda, Nila & Agung, 2015	Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap CSR (Studi pada perusahaan yang terdaftar dalam index Sri-Kehati tahun 2011-2013)	Analisis Regresi Linear Berganda	Variabel independen: agresivitas pajak Variabel dependen: <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap CSR dan hasil dari variabel kontrol yang meliputi ROA, SIZE, CAPINT, LEVERAGE, MKTBK tidak berpengaruh terhadap CSR.

Sumber: Data yang diolah, 2016

Kesimpulan dari penelitian sebelumnya tersebut diatas mempunyai perbedaan dengan penelitian sekarang ini. Secara perbedaannya adalah pada penelitian terdahulu menjelaskan bahwa cenderung meneliti penelitian mengenai pengaruhnya CSR terhadap berbagai kinerja perusahaan, dimana dalam variabel dependennya adalah kinerja perusahaan dan variabel independennya CSR, sedangkan pada penelitian sekarang ini akan meneliti pengaruh agresivitas pajak terhadap CSR, dimana variabel dependen adalah CSR dan variabel independennya adalah agresivitas pajak. Selain itu, penelitian ini juga berbeda dengan penelitian terdahulu dalam objek dan periodenya, dimana penelitian ini menggunakan objek pada perusahaan yang terdaftar dalam *Jakarta Islam Index* (JII) pada periode 2009-2014, sedangkan pada penelitian terdahulu menggunakan objek pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2.2. Kajian Teori

2.2.1. Teori Legitimasi

Menurut Muid, 2011 teori legitimasi, perusahaan dan komunikasi sekitarnya memiliki relasi sosial yang erat karena keduanya terikat dalam suatu “*social contract*”. Teori kontrak sosial (*social contract*) menyatakan bahwa keberadaan perusahaan dalam suatu area karena didukung secara politisi dan dijamin oleh regulasi pemerintah serta parlemen yang juga merupakan representasi dari masyarakat. Dengan demikian, ada kontrak sosial secara tidak langsung antara perusahaan dan masyarakat dalam biaya dan manfaat, untuk keberlanjutan suatu komporasi. Karena itu, CSR merupakan kewajiban asasi perusahaan yang tidak bersifat sukarela.

Muid, 2011, teori legistimasi didasarkan pada pengertian kontrak sosial yang dimplikasikan antara institusi sosial dan masyarakat. Teori legistimasi juga menjelaskan bahwa praktik pengungkapan tanggung jawab perusahaan harus dilaksanakan sedemikian rupa agar aktivitas dan kinerja perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Ghazali dan Chariri, 2007 dalam Muid, 2011 menjelaskan bahwa guna melegitimasi aktivitas perusahaan dimata masyarakat, perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan.

Menurut Lanis dan Richardson, 2013, mendefinisikan legistimasi organisasi sebagai status yang didapatkan ketika sistem penilaian perusahaan sesuai dengan sistem sosial dimana perusahaan menjadi bagian dari lingkungan. Selain itu legistimasi diindikasikan bahwa jika ada ketidaksamaan antara tindakan perusahaan dengan harapan masyarakat, manajemen perusahaan akan melakukan pengungkapan melalui laporan tahunan untuk memperoleh legistimasi.

2.2.2. Pengertian Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak merupakan hal yang sekarang sangat mudah terjadi dikalangan perusahaan- perusahaan besar di seluruh dunia. Tindakan ini bertujuan untuk meminimalkan pajak perusahaan yang kini menjadi public karena tidak sesuai dengan harapan masyarakat dan juga merugikan pemerintah. Hal ini sama yang dikatakan Balakrishnan, *et al*, (2011), bahwa perusahaan terlibat dalam berbagai bentuk perencanaan pajak untuk mengurangi kewajiban pajak yang diperkirakan. Pajak suatu perusahaan dapat dikatakan dengan perhatian public jika

pembayaran pajak yang dilakukan memiliki implikasi dengan masyarakat luas yang sekarang di pertentangkan karena hanya menjadi biaya operasi perusahaan.

Yonah, (2006) tujuan meminimalkan jumlah pajak perusahaan yang akan dibayar menjadi salah satu hal yang harus dipahami dan melibatkan beberapa etika, masyarakat atau adanya pertimbangan dari pemangku kepentingan perusahaan. Namun, di sisi lain pembayaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan memiliki implikasi penting bagi masyarakat dalam hal pendanaan barang public seperti pendidikan, pertahanan nasional, kesehatan masyarakat, dan hokum. Agresivitas pajak adalah strategi perusahaan yang tidak sesuai dengan harapan masyarakat (Lanis dan Richardos, 2013). Hlaing, (2012) dalam Octaviana, (2014) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai kegiatan perencanaan pajak semua perusahaan yang terlibat dalam usaha mengurangi tingkat pajak yang efektif.

Rusydi dan Martani (2014) agresivitas pajak adalah tindakan yang tidak hanya dari ketidakpatuhan wajib pajak terhadap peraturan perpajakan, namun juga berasal dari aktivitas penghematan yang sesuai dengan peraturan yang berlaku. Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan agresivitas pajak adalah suatu tindakan atau strategi penghindaran pajak untuk mengurangi beban pajak perusahaan dengan penghindaran pajak yang melanggar peraturan perpajakan atau dengan menggunakan celah hukum atau *loop-holes*.

Agresivitas pajak atau perencanaan pajak adalah suatu skema transaksi yang ditujukan untuk meminimalkan beban pajak dengan memanfaatkan kelemahan- kelemahan (*loophole*) ketentuan perpajakan suatu Negara sehingga

ahli pajak menyatakan legal karena tidak melanggar peraturan perpajakan menurut (Darussalam dan Septriadi, 2009). Adapun yang menjadi proksi utama dalam penelitian ini adalah *Effective Tac Rates* (ETR) yang dihitung dengan cara membagi beban pajak penghasilan dengan pendapatan sebelum pajak. Agresivitas pajak dapat dilihat dari nilai *Effective Tac Rates* (ETR) yang rendah, semakin baik nilai *Effective Tac Rates* (ETR) ditandai dengan semakin rendahnya nilai *Effective Tac Rates* (ETR) perusahaan tersebut. Semakin rendah nilai *Effective Tac Rates* (ETR) maka tindakan agresif pajak perusahaan kn semakin tinggi.

2.2.3. Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Untung, 2009: 1).

Menurut *The World Business for Sustainable Development* (WBCSD), *Corpoate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan (Rachman dkk, 2011: 12).

Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan antara lain di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting* (laporan keberlanjutan). CSR dapat menjadi berkelanjutan apabila program yang dibuat oleh suatu perusahaan benar-benar merupakan komitmen bersama dari segenap unsur yang ada di dalam perusahaan itu sendiri. Dalam pandangan berkelanjutan, tanggung jawab sosial perusahaan terikat dalam proses bisnisnya, yaitu perlunya membangun hubungan yang baik kepada stakeholder, masyarakat dan lingkungan. Hubungan yang baik dengan para stakeholder akan membawa memberikan manfaat jangka panjang kepada perusahaan (Rachman dkk, 2011: 80).

Husnan (2013: 2) dalam Rosiliana (2014) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial yang harus dimiliki oleh suatu perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu bentuk *sustainability reporting* yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*Financial*) saja. Tetapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* yaitu juga memperhatikan masalah sosial dan lingkungan. *sustainability reporting* merupakan pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*), *sustainability reporting* meliputi pelaporan ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja sosial terhadap kinerja organisasi (ACCA, 2004 dalam Pujiasih, 2013: 31).

Menurut konsep *signal theory* menyatakan bahwa perusahaan memberikan sinyal- sinyal kepada pihak luar perusahaan dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan (Wirakusuma dan Yuniasih, 2007). Selain informasi keuangan yang diwajibkan perusahaan juga melakukan pengungkapan yang sifatnya sukarela. Salah satu dari pengungkapan sukarela yang dilakukan oleh perusahaan adalah merupakan pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan. Pengungkapan CSR ini merupakan sebuah sinyal positif yang memberikan oleh perusahaan kepada pihak luar perusahaan yang nantinya akan direspon oleh *stakeholder* dan *shareholder* melalui perubahan harga saham perusahaan dan perubahan laba perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting*, atau *corporate social responsibility* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Sembiring, 2005 dalam Titisari, 2010).

Dalam *corporate social responsibility* mempunyai manfaat bagi perusahaan sebagai berikut:

- Meningkatkan citra perusahaan
- Memperkuat “*Brand*” perusahaan
- Mengembangkan kerja sama dengan para pemangku kepentingan
- Membedakan perusahaan dengan pesaingnya
- Menghasilkan inovasi dan pembelajaran untuk meningkatkan pengaruh perusahaan

2.2.4. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Lanis dan Richardson, (2013) mendefinisikan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai “proses pemberian informasi yang dirancang untuk melepaskan sosial akuntabilitas”. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan oleh suatu perusahaan sebenarnya tidak diwajibkan tetapi sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat maka satu perusahaan mayoritas melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunannya.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social responsibility*, *social accounting* oleh Sembiring, (2005), merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan.

Anatan, (2013) *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas local, dan komunitas luas. Di Indonesia, ketentuan mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia sampai saat ini belum terdapat standar khusus, dengan demikian penelitian ini menggunakan standard yang sesuai dengan pedoman *Global Reporting Initiatives* (GRI) G3.1.

Global Reporting Initiatives (GRI) merupakan sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah mempelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan berkelanjutan dan berkomitmen untuk terus-

menerus melakukan perbaikan dan penerepan di seluruh dunia. Standard yang sesuai dengan pedoman *Global Reporting Initiatives* (GRI) G3.1 terdiri dari kategori ekonomi (9 indikator), lingkungan (34 indikator), praktek ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja (16 indikator), hak asasi manusia (12 indikator), masyarakat (11 indikator), dan tanggung jawab atas produk (9 indikator). Skor dari setiap *items* pengungkapan dijumlahkan dan dibagi dengan total *items* pengungkapan yang diharapkan untuk setiap indikator sehingga skor pengungkapan per indicator untuk setiap perusahaan.

2.2.5. Variabel Kontrol

2.2.5.1. Return On Asset (ROA)

Kasmir (2012: 201) *Return On Asset* (ROA) adalah rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. Selain itu, *Return On Asset* (ROA) memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan.

Return On Asset (ROA) merupakan salah satu rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan di daerah menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan total aktiva yang dimilikinya (Husnan, 2013: 24). Rasio tingkat pengembalian atas Total Aktiva (*Return On Asset*), rasio ini mencerminkan keuntungan yang diperoleh perusahaan tanpa mempermasalahkan dari mana sumber modal dan menunjukkan tingkat efisiensi perusahaan dalam melaksanakan operasinya (Hartono, 2006: 99).

Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen perusahaan dalam memperoleh laba secara keseluruhan. Dengan kata lain, semakin tinggi rasio ini maka semakin baik produktivitas *asset* dalam memperoleh keuntungan bersih. Hal ini selanjutnya akan meningkatkan daya tarik perusahaan kepada investor. Peningkatan daya tarik perusahaan menjadikan perusahaan tersebut makin diminati investor, karena tingkat pengembalian akan semakin besar. Hal ini juga akan semakin meningkat sehingga *Return On Asset* (ROA) akan berpengaruh terhadap harga saham perusahaan.

2.2.5.2. *Leverage*

Rasio *Leverage* mencerminkan rasio keuangan perusahaan karena dapat menggambarkan struktur modal perusahaan dan mengetahui resiko tak tertagihnya suatu utang (Sari, 2013). Perusahaan dengan tingkat *Leverage* yang tinggi cenderung ingin melaporkan laba lebih tinggi agar dapat mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang. Rasio *Leverage* dihitung dengan membagi total hutang jangka panjang dengan total asset.

2.2.5.3. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasi besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, antara lain: total aktiva, log size, nilai pasar saham, dan lain- lain (Sari, 2013). Ukuran perusahaan menurut Lanis dan Richardson, (2013) dapat diukur dengan logitipasi natural total asset.

2.2.6. Kajian Perspektif Islam *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) dalam prespektif islam adalah praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab etis secara islami. Perusahaan

memasukkan norma- norma agama islam yang ditandai dengan adanya komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial di dalam operasinya. Dengan demikian, praktik bisnis dalam kerangka CSR islami mencakup serangkaian kegiatan bisnis dalam bentuknya. Meskipun tidak dibatasi jumlah kepemilikan barang, jasa serta profitnya, namun cara- cara untuk memperoleh dan pendaayagunaannya dibatasi oleh aturan hala dan haram oleh syariah (Suharto, 2010 dalam Gustani, 2012). *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam perspektif Islam menurut AAOIFI yaitu segala kegiatan yang dilakukan institusi finansial islam untuk memenuhi kepentingan religious, ekonomi, hokum, etika, dan *discretionary responsibility* sebagai lembaga finansial intermediary baik bagi individu maupun instirusi (Rizkiningsing, 2012 dalam Gustani, 2012).

Menurut Islam, *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan harus bertujuan untuk menciptakan kebajikan yang dilakukan bukan melalui aktivitas- aktivitas yang mengandung unsur riba, melainkan dengan praktik yang diperintahkan Allah berupa zakat, infak, sedekah, dan wakaf. *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga harus mengedepankan nilai kedermawanan dan ketulusan hati (Suharto, 2010 dalam Gustani, 2012). Perbuatan ini lebih Allah cintai dari pada ibadah- ibadah mahdhah. Rasulullah SAW bersabda, “*Memenuhi keperluan seseorang mukmin lebih Allah cintai dari pada melakukan dua puluh kali haji dan pada setiap hajinya menginfakan ratusan ribu dirham dan dinar*”. Dalam hadist lain, rasulullah SAW juga bersabda, “*jika seorang muslim berjalan memenuhi keperluan secara muslim, itu lebih baik baginya dari pada melakukan tujuh puluh kali thawaf di Baitullah*”.

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Islam juga merupakan salah satu upaya mereduksi permasalahan- permasalahan sosial yang terjadi di masyarakat dengan mendorong produktivitas masyarakat dan menjaga keseimbangan distribusi kekayaan di masyarakat. Islam mewajibkan sirkulasi kekayaan hanya pada seelintir orang (Yusanto dan Yunus, 2009 dalam Gustani, 2012). Allah berfirman:

كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةٌ بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ..... ﴿٧﴾

“....supaya harta itu jangan beredar di antara orang- orang kaya saja di antara kamu...” (QS. Al hasyr: 7).

Praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Islam menekankan pada etika bisnis islami. Operasional perusahaan harus terbebas dari berbagai modus praktik korupsi (*fight agains corruption*) dan memberikan jaminan layanan maksimal sepanjang ranah operasionalnya, termasuk layanan terpecaya bagi setiap produknya (*provision and development of safe and reliable products*). Hal ini secara tegas tercantum dalam al- Quran. Allah SWT berfirman:

فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ..... ﴿٨٥﴾

“....maka sempurnakanlah takaran dan timbangan dan janganlah kamu kurangkan bagi manusia barang- barang takaran dan timbangannya...” (QS. Al- a’raf: 85).

Sayyid Qutb, Menurut islam mempunyai prinsip pertanggungjawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkupnya. Antara jiwa dan raga, antara individu dan keluarga, antara individu dan sosial, dan suatu masyarakat dengan masyarakat lain. Tanggung jawab sosial merujuk pada kewajiban- kewajiban suatu perusahaan untuk melindungi dan memberi kontribusi kepada

masyarakat dimana perusahaan itu berada. Sebuah perusahaan mengemban tanggung jawab sosial dalam tiga domain:

1. Pelaku- pelaku organisasi, meliputi:
 - a. Hubungan perusahaan dengan pekerja (QS. An- nisa': 149)
 - b. Hubungan pekerja dengan perusahaan
 - c. Hubungan perusahaan dengan pelaku usaha lain: distributor, konsumen, dan pesaing.
2. Lingkungan alam (QS. Al- a'raf: 56)
3. Kesejahteraan sosial masyarakat

2.2.7. Kajian Perspektif Islam Agresivitas Pajak

Ulama' berbeda pendapat terkait apakah ada kewajiban kaum muslim atas harta selain zakat. Mayoritas fuqaha berpendapat bahwa zakat adalah satu-satunya kewajiban kaum muslim atas harta. Barang siapa telah menunaikan zakat, maka bersihlah hartanya dan ebbaslah kewajibannya. Dasarnya adalah berbagai hadis Rasulullah. Di sisi lain ada pendapat ulama bahwa dalam harta kekayaan ada kewajiban lain selain zakat. Dalilnya adalah QS Al-Baqarah: 177; Al-An'am: 141; Al-Ma'un: 4-7; Al-Maidah: 2; Al-Isra': 26; An-Nisa': 59; al-Balad: 11-18, dan lain-lain. Jalan tengah dari dua perbedaan pendapat ini adalah bahwa kewajiban atas harta yang wajib adalah zakat, namun jika datang kondisi yang menghendaki adanya keperluan tambahan (darurah), maka akan ada kewajiban tambahan lain berupa pajak (dharibah). Pendapat ini misalnya dikemukakan oleh Qadhi Abu Bakar Ibn al-Aarabi, Imam Malik, Imam Qurtubi, Imam Syatibi, Mahmud Syaltut, dan lain-lain.

Perspektif Islam dalam upaya penghindaran pajak seharusnya tidak dilakukan oleh perusahaan terutama perusahaan yang go public karena pembayaran pajak digunakan untuk membiayai pembanguna dalam sector pertahanan keamanan, pendidikan, kesehatan, kesejahteraan pegawai dan lain-lain. Dengan adanya kesadaran masyarakat membayar pajak dengan motivasi iman dan keyakinan sebagai ibadah maka pendapat negara akan meningkat sehingga biaya pembangunan akan meningkat pula.

Berdasarkan dalam surat An- Nisa' ayat 59 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِيَ الْأَمْرِ مِنْكُمْ فَإِنْ تَنَزَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ إِنْ كُنْتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿٥٩﴾

“Hai orang- orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rasullnya dan ulil amri diantara kamu. Kemudian jika kamu berlainan pendapat tentang sesuatu, maka kembalikanlah kepada Allah (Al- quran) dan Rasul (Sunnahnya), jika kamu benar- benar beriman kepada Allah dan hari kemudian. Yang demikian itu lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”. (QS. An- Nisa' ayat 59)

Berdasarkan hadist yang diriwayatkan Fatimah Binti Qais: Turmudzi yang artinya:

Nabi ditanya tentang zakat, maka ia bersabda: “sesungguhnya pada harta itu ada kewajiban selain zakat”.

Berdasarkan yang di atas kewajiban selain zakat dalam hadist tersebut adalah kewajiban sosial lainnya yaitu 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 infaq yang tak terbatas jumlahnya sesuai kemampuan yang dimiliki, dan pemanfaatannya pun juga sangat luas dan sangat fleksibel.

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحْلُوا شَعِيرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا أَهْدَى وَلَا الْقَلْبَدَ وَلَا ءَامِينَ الْبَيْتِ
 الْحَرَامَ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا تَجْرِمَنكُمْ شَنَّانُ قَوْمٍ أَن
 صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ
 وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keredhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, Maka bolehlah berburu. dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya.”(QS. Al- Maidah: 2)

Berdasarkan ayat di atas para ulama’ memperbolehkan pemungutan pajak dengan alasan utama yaitu untuk kemaslahatan umat, karena dana pemerintah tidak mencukupi untuk membiayai berbagai “pengeluaran”, yang jika pengeluaran itu tidak dibiayai, maka akan timbul kemadaramatan. Sedangkan mencegah kemudaramatan adalah juga suatu kewajiban. Sebagaimana kaidah ushul fiqh:

Ma layatimmul wajib illa bihi fahuwa wajib

Oleh karena itu pajak tidak boleh dipungut dengan cara paksa dan kekuasaan semata, melainkan karena ada kewajiban kaum muslimin yang dipikulkan kepada Negara, seperti member rasa aman, pengobatan dan pendidikan dengan pengeluaran seperti nafkah untuk para tentara, gaji pegawai, hakim, dan lain sebagainya.

2.2.8. *Jakarta Islam Index (JII)*

Jakarta Islamic Index (JII) adalah salah satu index saham yang ada di Indonesia yang menghitung index harga rata-rata saham untuk jenis saham-saham yang memenuhi kriteria syariah. Pembentukan *Jakarta Islamic Index (JII)* tidak lepas dari kerja sama antara Pasar Modal Indonesia (dalam hal ini PT. Bursa Efek Jakarta) dengan PT. Danareksa Investment Management (PT. DIM). *Jakarta Islamic Index (JII)* telah dikembangkan sejak tanggal 3 Juli 2000. Pembentukan instrument syariah ini untuk mendukung pembentukan Pasar Modal Syariah yang kemudian diluncurkan di Jakarta pada tanggal 14 Maret 2003. Mekanisme Pasar Modal Syariah meniru pola serupa di Malaysia yang digabungkan dengan bursa konvensional seperti Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya. Setiap periodenya, saham yang masuk *Jakarta Islamic Index (JII)* berjumlah 30 saham yang memenuhi kriteria syariah. *Jakarta Islamic Index (JII)* menggunakan hari dasar tanggal 1 Januari 1995 dengan nilai dasar 100.

Tujuan pembentukan *Jakarta Islamic Index (JII)* adalah untuk meningkatkan kepercayaan investor untuk melakukan investasi pada saham berbasis syariah dan memberikan manfaat bagi pemodal dalam menjalankan syariah islam untuk melakukan investasi di bursa efek. *Jakarta Islamic Index (JII)* juga diharapkan dapat mendukung proses transparansi dan akuntabilitas saham berbasis syariah di Indonesia. *Jakarta Islamic Index (JII)* menjadikan jawaban atas keinginan investor yang ingin berinvestasi sesuai syariah. Dengan kata lain, *Jakarta Islamic Index (JII)* menjadi pemandu bagi investor yang ingin menanamkan dananya secara syariah tanpa takut tercampur dengan dana ribawi.

Selain itu, *Jakarta Islamic Index* (JII) menjadi tolak ukur kinerja dalam memilih portofolio saham yang halal.

Penentuan kriteria dalam pemilihan saham dalam *Jakarta Islamic Index* (JII) melibatkan Dewan Pengawas Syariah PT DIM. Saham-saham yang akan masuk ke *Jakarta Islamic Index* (JII) harus melalui filter syariah terlebih dahulu. Berdasarkan arahan Dewan Pengawas Syariah PT DIM, ada 4 syarat yang harus dipenuhi agar saham-saham tersebut dapat masuk ke *Jakarta Islamic Index* (JII):

1. Emiten tidak menjalankan usaha perjudian dan permainan yang tergolong judi atau perdagangan yang dilarang.
2. Bukan lembaga keuangan konvensional yang menerapkan sistem riba, termasuk perbankan dan asuransi konvensional.
3. Usaha yang dilakukan bukan memproduksi, mendistribusikan, dan memperdagangkan makanan/minuman yang haram.
4. Tidak menjalankan usaha memproduksi, mendistribusikan, dan menyediakan barang/jasa yang merusak moral dan bersifat mudharat

Selain filter syariah, saham yang masuk ke dalam *Jakarta Islamic Index* (JII) harus melalui beberapa proses penyaringan (*filter*) terhadap saham yang listing, yaitu:

- Memilih kumpulan saham dengan jenis usaha utama yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan sudah tercatat lebih dari 3 bulan, kecuali termasuk dalam 10 kapitalisasi besar.

- Memilih saham berdasarkan laporan keuangan tahunan atau tengah tahun berakhir yang memiliki rasio Kewajiban terhadap Aktiva maksimal sebesar 90%.
- Memilih 60 saham dari susunan saham di atas berdasarkan urutan rata-rata kapitalisasi pasar (market capitalization) terbesar selama 1 (satu) tahun terakhir.
- Memilih 30 saham dengan urutan berdasarkan tingkat likuiditas rata-rata nilai perdagangan reguler selama 1 (satu) tahun terakhir.

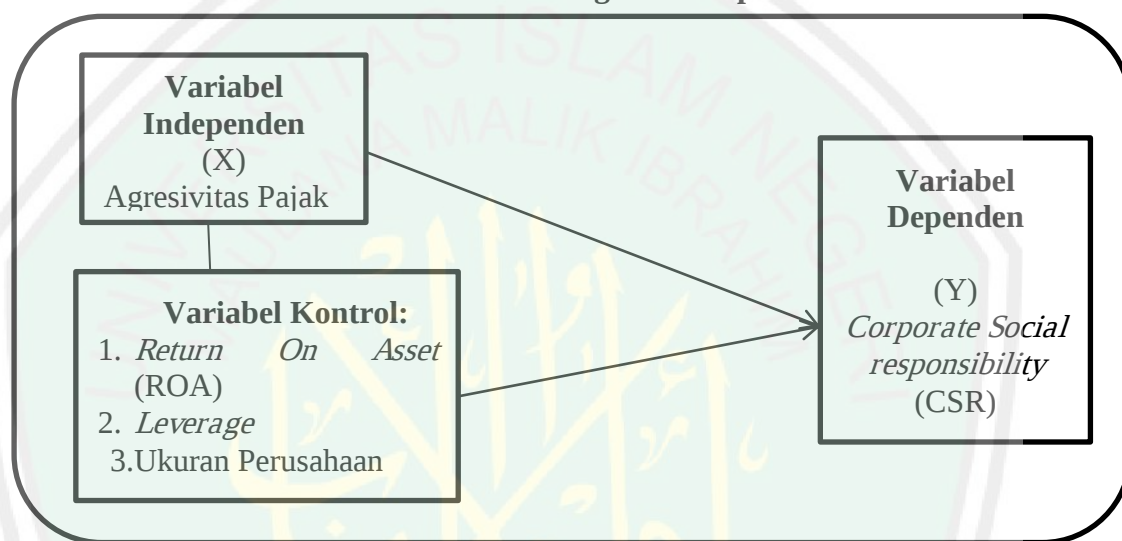
Pengkajian ulang akan dilakukan 6 (enam) bulan sekali dengan penentuan komponen indeks pada awal bulan Januari dan Juli setiap tahunnya. Sedangkan perubahan pada jenis usaha utama emiten akan dimonitor secara terus menerus berdasarkan data publik yang tersedia. Perusahaan yang mengubah lini bisnisnya menjadi tidak konsisten dengan prinsip syariah akan dikeluarkan dari indeks. Sedangkan saham emiten yang dikeluarkan akan diganti oleh saham emiten lain. Semua prosedur tersebut bertujuan untuk mengeliminasi saham spekulatif yang cukup likuid. Sebagian saham-saham spekulatif memiliki tingkat likuiditas rata-rata nilai perdagangan reguler yang tinggi dan tingkat kapitalisasi pasar yang rendah.

2.2.9. Kerangka Konseptual

Untuk memberikan gambaran yang jelas dalam penelitian ini diberikan kerangka konseptual sebagai berikut:

Gambar 2.1

Kerangka Konseptual



2.2.10. Hipotesis

Berdasarkan penelitian terdahulu yang mana lebih cenderung menggunakan penelitian tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) seperti pada penelitian Rosiliana (2013) yang berjudul *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan* mengatakan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh negative dan tidak signifikan terhadap ROE, dimana suatu biaya dapat mengurangi pendapatan perusahaan, akan tetapi variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA dan ROS. Dalam penelitian ini, peneliti menambahkan variabel agresivitas pajak selain variabel kinerja keuangan perusahaan dalam pengaruhnya terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pajak merupakan iuran yang harus dibayar oleh semua wajib pajak. Perusahaan sebagai wajib pajak mempunyai kewajiban untuk membayarnya. Menurut Lanis dan Richardson (2013) pada perusahaan yang sudah melakukan agresivitas pajak juga masih dibebankan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan yang akan memberikan dampak negatif di mata masyarakat apabila perusahaan tidak melakukan tanggung jawab seperti yang diharapkan oleh masyarakat. Di Indonesia pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) masih tergolong dalam pengungkapan sukarela dan masih tergolong relatif rendah apabila di bandingkan dengan Negara lain. Dan perusahaan beranggapan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan beban yang harus dikeluarkan oleh perusahaan. Padahal *Corporate Social Responsibility* (CSR) sendiri merupakan bentuk timbal balik perusahaan kepada masyarakat dalam hal tanggung jawab sosial terhadap masyarakat, sedangkan ekspektasi yang diharapkan sebagian besar masyarakat tidak sesuai dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diungkapkan oleh perusahaan.

Oktaviana (2014) perusahaan dikatakan berhasil apabila dapat memenuhi harapan masyarakat melalui pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan. Sebaliknya, perusahaan akan mengarah pada kegagalan apabila tidak dapat memenuhi harapan masyarakat dan tentunya menimbulkan penyebaran informasi negatif tentang perusahaan tersebut. Selain itu, pada teori legitimasi menunjukkan bahwa perusahaan yang agresif pajak akan cenderung mengungkapkan informasi tambahan terkait dengan kegiatan *Corporate Social*

Responsibility (CSR) di berbagai bidang dalam rangka meringankan perhatian public serta mencari simpati dari masyarakat. Semakin tinggi tindakan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan, maka perusahaan cenderung untuk memaksimalkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Berdasarkan argumentasi tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H1 : Agresivitas pajak di duga berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dimana dalam penelitian menggunakan metode penjelasan yang merupakan jenis penelitian dimana peneliti menjelaskan hubungan kausal antara variabel- variabel melalui pengujian hipotesis, yaitu menguji hipotesis- hipotesis berdasarkan teori yang telah dirumuskan sebelumnya dan kemudian data yang telah diperoleh dihitung lebih lanjut melalui pendekatan kuantitatif (Sugiono, 2013). Jenis data yang digunakan merupakan data sekunder yang berasal dari laporan keuangan dan laporan *annual report* pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index pada periode 2009-2014. Peneliti ini menggunakan perusahaan yang terdaftar di JII dengan alasan bahwa perusahaan- perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang kegiatannya memiliki dampak dan berhubungan langsung dengan masyarakat. Adapun dalam pendekatan penelitian ini dengan menggunakan model empiris dan statistic deskriptif.

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generasi yang terdiri atas obyek/ subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya (Sugiono, 2013: 80). Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah semua perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index pada periode 2011-2014.

3.3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel penelitian menggunakan *non probability sampling* kategori *purposive judgment sampling*. Hal ini dikarenakan tidak semua perusahaan- perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islam Index antaranya dapat terpilih sebagai sampel. Kariteria- kriteria tersebut antara lain:

1. Seluruh perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islam Index periode 2009-2014.
2. Telah menerbitkan laporan keuangan dan laporan tahunan (*annual report*) untuk periode 2009-2014.
3. Telah menerbitkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan *annual report* masing- masing perusahaan untuk periode 2009-2014.

Tabel 3.1

Penentuan jumlah Sampel Perusahaan

Keterangan	Jumlah
Perusahaan yang terdaftar di JII periode 2009-2014	15
Perusahaan yang tidak ditemukan data laporan keuangan dan <i>annual report</i> (oleh peneliti) secara lengkap periode 2009-2014	7
Perusahaan yang tidak mengungkapkan kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dalam <i>annual report</i> .	0
Total objek peneliti	8

Sumber: www.idx.co.id

Pada tabel diatas dapat dilihat prosedur pemilihan sampel hingga pada akhirnya diperoleh 8 perusahaan yang memenuhi kriteria *purposive sampling* yang digunakan dalam penelitian ini.

Berikut nama perusahaan yang memenuhi kriteria pemilihan sampel:

Tabel 3.2

Daftar Perusahaan Yang Memenuhi Kriteria Pemilihan Sampel

No	Nama Perusahaan	Kode
1	PT. Lippo Karawaci Tbk	LPKR
2	PT. Indocement Tungal Prakasa Tbk	INTP
3	PT. Kalbe Farma Tbk	KLBF
4	PT. PP London Sumatra Indonesia Tbk	LSIP
5	PT. Tambang Batubara Bukit Asam Tbk	PTBA
6	PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk	TLKM
7	PT. United Tracts Tbk	UNTR
8	PT. Unilever Indonesia Tbk	UNVR

Sumber: www.idx.co.id

3.4. Sumber Data

Data- data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder adalah data yang diperoleh dari laporan keuangan dan laporan *annual report*. Data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah:

1. Website BEI (www.idx.co.id) berupa detail laporan keuangan lengkap dan laporan *annual report* masing- masing perusahaan untuk periode 2009-2014.
2. Jakarta Islam Index tahun 2009-2014.

3.5. Variabel dan Definisi Operasional Variabel

3.5.1. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang nilainya mempengaruhi variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak. Agresivitas pajak adalah keinginan perusahaan untuk meminimalkan beban pajak yang dibayar dengan cara yang legal, illegal, maupun kedua- duanya. Penelitian

ini mengukur agresivitas pajak dalam beberapa proksi pengukuran. Adapun yang menjadi proksi utama dalam penelitian ini adalah *Effective Tax Rates* (ETR) yang dihitung dari:

$$ETR = \frac{\text{beban pajak penghasilan}}{\text{pendapatan sebelum pajak}}$$

3.5.2. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang nilainya dapat dipengaruhi oleh variabel independen secara positif atau negative. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diproksikan ke dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pengukuran ini dilakukan dengan mencocokkan item pada *check list* dengan item yang diungkapkan perusahaan. Apabila item y diungkapkan maka diberikan nilai 1, jika item y tidak diungkapkan maka diberikan nilai 0 pada *check list*. Setelah mengidentifikasi item yang diungkapkan oleh perusahaan di dalam laporan tahunan, serta mencocokkannya pada *check list*, hasil pengungkapan item yang diperoleh dari setiap perusahaan dihitung indeksinya dengan proksi CSRI (Bambang Suripto, 1999 dalam Permanasari, 2010: 39). Adapun rumus untuk menghitung CSRI sebagai berikut:

$$CSRI_i = \frac{\sum xy_i}{ni}$$

Keterangan:

$CSRI_i$ = indeks luas pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan i.

ni = jumlah item untuk perusahaan i.

ΣX_{ij} = Nilai 1 = jika item y diungkapkan; 0 = jika item y tidak diungkapkan.

3.5.3. Variabel Kontrol

Variabel control adalah variabel yang dikendalikan atau dibuat konstan sehingga hubungan variabel independen terhadap variabel dependen tidak dipengaruhi oleh factor luar yang tidak diteliti. Dalam penelitian ini yang merupakan variabel control antara lain:

a. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasi besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, antara lain: total asset, log size, nilai pasar saham dan lain- lain (Sari, 2013). Ukuran perusahaan menurut Lanis dan Richardson (2013) dapat diukur dengan logaritma natural total asset.

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

b. Return On Asset (ROA)

Profitabilitas merupakan ukuran yang digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu dan juga memberikan gambaran tentang tingkat efektifitas manajemen dalam melaksanakan kegiatan operasinya (Sari, 2013). Profitabilitas dapat diukur dengan proksi ROA, yaitu perbandingan laba usaha setelah pajak terhadap total asset.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba usaha setelah pajak}}{\text{Total aset}} \times 100\%$$

c. *Leverage*

Rasio *leverage* mencerminkan risiko keuangan perusahaan karena dapat menggambarkan struktur modal perusahaan dan mengetahui risiko tak tertagihnya suatu utang. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung ingin melaporkan laba lebih tinggi agar dapat mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang (Sari, 2013). Rasio *leverage* dihitung dengan membagi total hutang jangka panjang dengan total asset.

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

3.6. Teknik Analisis Data

Hipotesis penelitian diuji dengan menggunakan model empiris sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{CSR} &= \alpha_0 + \beta_1 \text{ SIZE} + \beta_2 \text{ ROA} + \beta_3 \text{ LEV} + \varepsilon \text{ (Model 1)} \\ \text{CSR} &= \alpha_0 + \beta_1 \text{ ETR} + \beta_2 \text{ SIZE} + \beta_3 \text{ ROA} + \beta_4 \text{ LEV} + \varepsilon \text{ (Model 2)} \\ \text{CSR} &= \alpha_0 + \beta_1 \text{ ETR} + \varepsilon \text{ (Model 3)} \end{aligned}$$

Keterangan:

CSR = Total pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan

α_0 = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ = Koefisien variabel

ETR = Agresivitas pajak perusahaan

ROA = *Return On Asset*

LEV = *Leverage*

SIZE = Ukuran Perusahaan

ε = *Error Term*, yaitu tingkat kesalahan penduga dalam peneliti

Dalam melakukan analisis regresi linear berganda, Ada 3 analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Uji statistik deskriptif, Uji asumsi klasik, dan Uji Hepotesis.

3.6.1. Deskriptif Statistik

Deskriptif Statistik merupakan sebuah penhujian yang memberikan gambaran atau deskriptif suatu data yang dilihat dari nilai rata- rata (*mean*), standard deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, *kurtosis* dan *skewness* (Singgih, 2000).

3.6.2. Uji Asumsi Klasik

Dalam Uji Asumsi Klasik dilakukan untuk melihat apakah asumsi- asumsi yang diperlukan dalam analisis regresi linear terpenuhi. Uji Asumsi Kalsik dalam penelitian ini menguji normalitas, uji heterokkedastisitas, uji multikolinieritas, dan uji autokorelasi.

3.6.2.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independen memiliki distribusi normal atau tidak (Singgih, 2000). Untuk meningkatkan hasil uji normalitas penelitian ini adalah *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Dalam uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*, variabel- variabel yang mempunyai *Asymp. Sig (2-tailed)* tingkat signifikan sebesar 0,05 (probabilitas > 0,05) diartikan bahwa variabel- variabel tersebut memiliki distribusi normal dan sebaliknya.

3.6.2.2. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual atau pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual atau pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda tersebut disebut heteroskedastisitas. Jika signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 maka persamaan regresi tersebut mengandung heterokedastisitas dan sebaliknya berarti non heterokedastisitas atau homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Singgih, 2000).

3.6.2.3. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat dilihat dari *Value Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai $VIF > 10$ maka terjadi multikolinearitas. Sebaliknya apabila $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas. (Singgih, 2000).

3.6.2.4. Uji Autokorelasi

Singgih (2000) Uji Autokorelasi (DW) bertujuan untuk menguji apakah regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu $t-1$. Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak terjadi autokorelasi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa uji asumsi klasik autokorelasi dilakukan untuk data *times series* atau data yang mempunyai seri

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

- Terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW dibawah -2 ($DW < -2$).
- Tidak terjadi autokorelasi, jika nilai DW berada diantara -2 dan 2 atau $-2 < DW < 2$.
- Terjadi autokorelasi negative, jika nilai DW di atas 2 atau $DW > 2$.

3.6.3. Uji Hipotesis

2.2.5.4. Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinan digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen berupa Agresivitas pajak, ROA, *leverage*, dan *size* terhadap variabel dependen berupa *Corporate Social Responsibility* (Singgih, 2000).

2.2.5.5. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas berupa Agresivitas pajak, ROA, *leverage*, dan *size* terhadap variabel dependen berupa *Corporate Social Responsibility* secara bersama-sama (Singgih, 2000). Penelitian ini menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha = 5\%$). Uji ini juga dimasukkan untuk mengetahui apakah model yang digunakan sudah *fit* atau tidak.

2.2.5.6. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji statistik t dilakukan untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh variabel independen berupa Agresivitas pajak, ROA, *leverage*, dan *size* terhadap variabel dependen berupa *Corporate Social Responsibility* secara parsial.

Pengambilan kesimpulan dapat dilihat dari signifikan atau tidaknya variabel independen terhadap dependen dalam uji t adalah jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka dikatakan tidak signifikan dan begitu sebaliknya (Singgih,2000).



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Obyek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) periode 2009-2014. Pemilihan sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan metode kategori *purposive sampling* dengan beberapa ketentuan. Pengambilan sampel penelitian ini digambarkan pada table di bawah ini:

Tabel 4.1

Pemilihan Sampel Penelitian

Keterangan	Jumlah
Perusahaan yang terdaftar di JII periode 2009-2014	15
Perusahaan yang tidak ditemukan data laporan keuangan dan <i>annual report</i> (oleh peneliti) secara lengkap periode 2009-2014	7
Perusahaan yang tidak mengungkapkan kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dalam <i>annual report</i> .	0
Total objek peneliti	8

Sumber: www.idx.co.id

Jadi total laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah 48 laporan keuangan dan 48 laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) selama 6 tahun periode 2009-2014. Perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah PT. Lippo Karawaci Tbk (LPKR), PT. Indocement Tunggul Prakasa Tbk (INTP), PT. Kalbe Farma Tbk (KLBF), PT. PP London Sumatra Indonesia Tbk (LSIP), PT. Tambang Batubara Bukit Asam Tbk (PTBA), PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk

(TLKM), PT. United Tractors Tbk (UNTR) dan PT. Unilever Indonesia Tbk (UNVR).

4.2. Analisis Data

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh agresivitas pajak terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan variabel kontrol berupa ukuran perusahaan, ROA dan *leverage* pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) periode 2009-2014. Terdapat 8 perusahaan yang memenuhi kriteria lengkap dari 15 perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) periode 2009-2014 yang akan dijadikan sebagai sampel penelitian ini. Data yang digunakan adalah data sekunder dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Analisis data menggunakan model 3 persamaan analisis regresi linier berganda dengan sebagai berikut:

4.2.1. Pengaruh Variabel Kontrol Ukuran Perusahaan, ROA Dan *Leverage* Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

4.2.1.1. Deskriptif Statistik

Statistik Deskriptif merupakan sebuah pengujian yang memberikan gambaran atau deskriptif suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standard deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, *kurtosis* dan *skewness* (Singgih, 2000). Sebagai contoh pada PT. Lippo Karawaci Tbk. salah satu dari 8 perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) dengan persiapan data sebagai berikut:

1. Perdata *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggungjawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (Untung, 2009). Pengukuran *Corporate Social Responsibility* (CSR) dilakukan dengan mencocokkan item pada *check list* dengan item yang diungkapkan perusahaan. Apabila item y diungkapkan maka diberikan nilai 1, jika item y tidak diungkapkan maka diberikan nilai 0 pada *check list*. Sebagai contoh dari salah satu sampel penelitian yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) adalah PT. Lippo Karawaci Tbk. dimana perusahaan telah mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebanyak 6 pada tahun 2009, 6 tahun 2010, 5 tahun 2011, 5 tahun 2012, 5 tahun 2013 dan 5 tahun 2014 (dilihat pada lampiran 3) dan dijumlah sebanyak yang diungkapkan oleh perusahaan dengan di bagi total yang harus diungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat diperoleh hasil per tahunnya sebagai berikut:

Tabel 4.2

Hasil Perhitungan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Nama	Tahun 2009	Tahun 2010	Tahun 2011	Tahun 2012	Tahun 2013	Tahun 2014
LPKR	0.07	0.07	0.05	0.05	0.05	0.05

Sumber: Data sekunder, lampiran 4, diolah

2. Perdata Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasi besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, antara lain: toral asset, log size, nilai pasar

saham dan lain- lain (Sari, 2013). Ukuran perusahaan menurut Lanis dan Richardson (2013) dapat diukur dengan logaritma natural total asset. Sebagai contoh dari salah satu sampel penelitian yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) adalah PT. Lippo Karawaci Tbk. untuk perhitungan diperoleh dari Ln total asset yang terdapat di laporan keuangan perusahaan per tahunnya dan dapat disimpulkan dari total hasil perhitungan kisaran antara 30 sampai 31 bahwa perusahaan akan mengungkapkan informasi lebih banyak dibandingkan perusahaan yang mengukur perusahaan dengan total asset rendah. Dibawah ini merupakan hasil perhitungan sebagai berikut:

Tabel 4.3

Hasil Perhitungan Ukuran Perusahaan

Nama	Tahun 2009	Tahun 2010	Tahun 2011	Tahun 2012	Tahun 2013	Tahun 2014
LPKR	30.13	30.41	30.54	30.84	31.07	31.26

Sumber: Data sekunder, lampiran 4, diolah

3. Perdata ROA

Profitabilitas atau ROA adalah ukuran yang digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu dan juga memberikan gambaran tentang tingkat efektifitas manajemen dalam melaksanakan kegiatan operasinya (Sari,2013). ROA dapat diukur dengan perbandingan laba usaha setelah pajak dengan total asset. Sebagai contoh dari salah satu sampel penelitian yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) adalah PT. Lippo Karawaci Tbk. telah memperoleh hasil perhitungan kisaran 0,04-0,08 dimana hasil perhitungan diperoleh dari laporan keuangan perusahaan dengan

perhitungan laba usaha setelah pajak dibagi dengan total asset. Sebagaimana hasil perhitungan ROA sebagai berikut:

Tabel 4.4

Hasil Perhitungan ROA

Nama	Tahun 2009	Tahun 2010	Tahun 2011	Tahun 2012	Tahun 2013	Tahun 2014
LPKR	0.04	0.04	0.04	0.05	0.05	0.08

Sumber: Data sekunder, lampiran 4, diolah

4. Perdata *Leverage*

Leverage mencerminkan risiko keuangan perusahaan karena dapat menggambarkan struktur modal perusahaan dan mengetahui risiko tak tertagihnya suatu utang. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung ingin melaporkan laba lebih tinggi agar dapat mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang (Sari, 2013). *Leverage* dapat dihitung dengan membagi total liabilitas dengan total asset. Sebagai contoh dari salah satu sampel penelitian yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) adalah PT. Lippo Karawaci Tbk. telah memperoleh hasil perhitungan dilihat dari laporan keuangan. Hasil perhitungan *leverage* sebagai berikut:

Tabel 4.5

Hasil Perhitungan *Leverage*

Nama	Tahun 2009	Tahun 2010	Tahun 2011	Tahun 2012	Tahun 2013	Tahun 2014
LPKR	0.56	0.49	0.48	0.54	0.55	0.53

Sumber: Data sekunder, lampiran 4, diolah

Statistik deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk memberikan informasi mengenai variabel kontrol ukuran perusahaan, ROA dan *leverage*

terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Statistik deskriptif dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.6
Deskriptif Statistik

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	48	.02	.11	.0646	.01989
Ukuran Perusahaan	48	25.36	32.23	29.9823	1.54390
ROA	48	.04	.41	.1856	.10192
Leverage	48	.13	.68	.3533	.16424
Valid N (listwise)	48				

Sumber: Data sekunder, lampiran 5, diolah

Tabel 4.6 di atas menggambarkan deskriptif variabel- variabel yang meliputi ukuran perusahaan, ROA dan *leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara statistik dalam penelitian ini. Minimum adalah nilai terkecil dari rangkaian pengamatan, maksimum adalah nilai terbesar dari suatu rangkaian pengamatan, mean (rata- rata) adalah hasil penjumlahan nilai seluruh data dibagi dengan banyaknya data, sementara standar deviasi adalah akar dari jumlah kuadrat dari selisih nilai data dengan rata- rata di bagi dengan banyaknya data. Tabel 4.6 menunjukkan deskriptif variabel penelitian dengan jumlah data setiap variabel yang valid sebanyak 48 adalah sebagai berikut:

- Indeks *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempunyai nilai minimum sebesar 0,02 dan nilai maksimum sebesar 0,11. Rata- rata *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah 0,0646 dengan standar deviasi adalah 0,01989.
- Indeks Ukuran Perusahaan mempunyai nilai minimum sebesar 25,36 dan nilai maksimum sebesar 32,23. Rata- rata ukuran perusahaan adalah 29,9823 dengan standar deviasi adalah 1,54390.

- c. Indeks ROA mempunyai nilai minimum sebesar 0,04 dan nilai maksimum sebesar 0,41. Rata- rata ROA adalah 0,1856 dengan standar deviasi adalah 0,10192.
- d. Indeks *Leverage* mempunyai nilai minimum sebesar 0,13 dan nilai maksimum sebesar 0,68. Rata- rata *Leverage* adalah 0,3533 dengan standar deviasi adalah 0,16424.

4.2.1.2. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik dilakukan untuk melihat apakah asumsi- asumsi yang diperlukan dalam analisis regresi liner terpenuhi. Uji Asumsi Klasik dalam penelitian ini menguji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolienaritas serta uji autokolerasi.

I. Uji Normalitas

Uji *one sample kolmogrow-smirnov test* digunakan untuk mengetahui normal atau tidak (Singgih, 2000). Hasil uji *one sample kolmogrow-smirnov test* berdasarkan *output* SPSS yang disajikan dalam lampiran terlihat bahwa nilai probabilitas atau tingkat signifikansi (*2-tailed*) variabel menunjukkan angka lebih besar dari 0,05 yang berarti variabel berdistribusi secara normal. Berikut menunjukkan hasil uji normalitas dengan uji *one sample kolmogrow-smirnov test* yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.7**Uji Normalitas****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		48
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.01712381
Most Extreme Differences	Absolute	.091
	Positive	.091
	Negative	-.068
Kolmogorov-Smirnov Z		.628
Asymp. Sig. (2-tailed)		.825

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data sekunder, lampiran 5, diolah

Hasil uji normalitas di atas dapat diketahui bahwa bila *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar $0,825 >$ kriteria Signifikan (*2-tailed*) $0,05$, ini membuktikan bahwa variabel kontrol meliputi ukuran perusahaan, ROA dan *leverage* berdistribusi normal terhadap dependen yaitu *Corporate Social responsibility* (CSR) sehingga dapat digunakan sebagai penelitian.

II. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varians dari residual antara satu pengamatan pada pengamatan yang lain. Jika varians dari residual antara satu pengamatan pada pengamatan yang lain berbeda disebut heteroskedastisitas, sedangkan model yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk menguji tidak terjadi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat Abs_Res tingkat signifikansinya lebih besar dari $0,05$. Bila signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari $0,05$ maka persamaan regresi

tersebut mengandung heterokedastisitas dan sebaliknya (Singgih, 2000). Tabel di bawah ini menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.8

Uji Heteroskedastisitas

Correlations			Abs_Res
Spearman's rho	Ukuran Perusahaan	Correlation Coefficient	-.045
		Sig. (2-tailed)	.762
		N	48
	ROA	Correlation Coefficient	.197
		Sig. (2-tailed)	.179
		N	48
	Leverage	Correlation Coefficient	-.025
		Sig. (2-tailed)	.866
		N	48
	Abs_Res	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.
		N	48

*, Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: Data sekunder, lampiran 5, diolah

Hasil uji Tabel 4.8 diatas menunjukkan bahwa variabel kontrol meliputi ukuran perusahaan, ROA, dan *leverage* memiliki signifikansi sebesar 0,762; 0,179; dan 0,866 tidak terjadi heterokedastisitas atau homoskedastisitas terhadap variabel dependen yaitu *Corporate Social responsibility* (CSR) yang menunjukkan hasil korelasi lebih besar dari 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu observasi ke observasi lain.

III. Uji Multikolonieritas

Pengujian multikolinearitas dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan linear yang sempurna diantara variabel- variabel independen. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat dilihat dari *Value Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai $VIF > 10$ maka terjadi multikolinearitas. Sebaliknya apabila $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas (Singgih, 2000). Dalam penelitian ini diperoleh VIF seperti pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.9
Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Ukuran Perusahaan	.984	1.016
ROA	.943	1.060
Leverage	.948	1.054

a. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data sekunder, lampiran 5, diolah

Tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa untuk variabel control yang meliputi ukuran perusahaan, ROA serta *leverage* tidak terjadi multikolinearitas terhadap variabel dependen yaitu *Corporate Social responsibility* (CSR) yang menunjukkan bahwa nilai VIF tidak melebihi nilai 10 dan nilai tolerance mendekati angka 1. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak ada indikasi kolinearitas antar variabel penjelas maka tidak terjadi multikolinearitas.

IV. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi (DW) bertujuan untuk menguji apakah regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu $t-1$. Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak terjadi autokorelasi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa uji asumsi klasik autokorelasi dilakukan untuk data *times series* atau data yang mempunyai seri waktu. Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi yaitu jika tidak terjadi autokorelasi, nilai DW berada diantara -2 dan 2 atau $-2 < DW < 2$ (Singgih, 2000). Dalam tabel menunjukkan uji autokorelasi sebagai berikut:

Tabel 4.10

Uji Autokolerasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.509 ^a	.259	.208	.01770	1.014

a. Predictors: (Constant), Leverage, Ukuran Perusahaan, ROA

b. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data sekunder, lampiran 5, diolah

Hasil dari Tabel 4.10 uji autokolerasi (DW) untuk menunjukkan bahwa variabel kontrol meliputi ukuran perusahaan, ROA dan *leverage* diperoleh sebesar 1,014 terhadap variabel dependen yaitu *Corporate Social responsibility* (CSR). Pengambilan keputusan dengan uji Durbin Watson dapat dilakukan dengan melihat nilai DW sebesar 1,014 yang lebih besar dari -2 dan lebih kecil dari 2 yaitu $(-2 < 1,014 < 2)$, maka dari hasil diatas dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi.

4.2.1.3. Uji Hipotesis

Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel predictor (variabel bebas) terhadap variabel terikat.

Tabel 4.11

Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.245	.051		4.795	.000
Ukuran Perusahaan	-.006	.002	-.447	-3.419	.001
ROA	.008	.026	.042	.314	.755
Leverage	-.026	.016	-.213	-1.597	.117

a. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data sekunder, lampiran 5, diolah

Hasil dari Tabel 4.11 berdasarkan variabel kontrol terhadap variabel dependen, data sekunder tersebut diperoleh model regresi linear berganda sebagai berikut:

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

$$CSR = 0,245 - 0,006 + 0,008 - 0,026 + \varepsilon$$

Interprestasi dari persamaan tersebut adalah sebagai berikut:

$\alpha = 0,245$, menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, ROA serta *leverage* dianggap

konstan maka *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempunyai nilai positif.

$\beta_1 = -0,006$, menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh negative artinya apabila ukuran perusahaan meningkat satu- satuan unit

maka *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan turun sebesar 0,006 dengan asumsi variabel lain konstan.

$\beta_2 = 0,008$, menunjukkan bahwa variabel *Return On Asset* (ROA) berpengaruh secara positif artinya apabila *Return On Asset* (ROA) meningkat satu-satuan unit maka *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan naik sebesar 0,008 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

$\beta_3 = -0,026$, menunjukkan bahwa variabel *leverage* berpengaruh secara negatif artinya apabila *leverage* meningkat satu- satuan unit maka *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan turun sebesar 0,026 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

Variabel yang paling dominan artinya yang paling besar mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah X2 (ROA), karena satu- satuan unit maka *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Y) akan naik sebesar 0,008 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

I. Uji Secara Koefisiensi Determinan (Uji R^2)

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh Agresivitas pajak, ROA, *leverage*, dan *size* terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Nilai koefisiensi determinasi adalah antara nol dan satu. Jika dalam uji empiris di dapat nilai adjusted R^2 negatif, maka nilai adjusted R^2 dianggap nol (Singgih, 2000).

Tabel 4.12

Koefisiensi Determinan (Uji R^2)Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.509 ^a	.259	.208	.01770	1.014

a. Predictors: (Constant), Leverage, Ukuran Perusahaan, ROA

b. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data sekunder, lampiran 5, diolah

Hasil dari Tabel 4.12 berdasarkan variabel dependen dipengaruhi oleh variabel kontrol dengan nilai adjusted R Square positif sebesar 0,208. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social responsibility* (CSR) dipengaruhi oleh variabel kontrol yaitu ukuran perusahaan, ROA dan *leverage* sebesar 20,8%. Sedangkan sisanya sebesar 79,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

II. Uji Secara parsial (Uji t)

Uji t ini digunakan untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan variabel control terhadap variabel dependen secara parsial. Pengambilan ini dilihat dari signifikansi atau tidaknya variabel independen terhadap variabel dependen dalam uji t adalah jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka dikatakan signifikan dan begitu sebaliknya (Singgih, 2000).

Dengan ketentuan pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya semua variabel independen secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2. H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya semua variabel independen secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.13

Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.245	.051		4.795	.000
Ukuran Perusahaan	-.006	.002	-.447	-3.419	.001
ROA	.008	.026	.042	.314	.755
Leverage	-.026	.016	-.213	-1.597	.117

a. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data sekunder, lampiran 5, diolah

Dengan demikian hasil dari Tabel 4.13 berdasarkan variabel ukuran perusahaan, ROA dan *leverage* terhadap variabel *Corporate Social responsibility* (CSR) secara parsial, untuk pengujian masing- masing variabel adalah sebagai berikut:

a. Variabel ukuran perusahaan

Berdasarkan hasil uji t yang disajikan bahwa hasil regresi t_{hitung} sebesar - 3,419 yang bernilai $< t_{tabel}$ sebesar 2,021 atau dengan tingkat signifikansi 0,001 yang bernilai $< 0,05$ maka secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

b. Variabel ROA

Berdasarkan hasil uji t yang disajikan bahwa hasil regresi t_{hitung} sebesar 0,314 yang bernilai $< t_{tabel}$ sebesar 2,021 atau dengan tingkat signifikansi 0,755 yang bernilai $> 0,05$ maka secara parsial ROA tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

c. Variabel *leverage*

Berdasarkan hasil uji t yang disajikan bahwa hasil regresi t_{hitung} sebesar -1,597 yang bernilai $< t_{tabel}$ sebesar 2,021 atau dengan tingkat signifikansi 0,117 yang bernilai $> 0,05$ maka secara parsial *leverage* tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

4.2.2. Pengaruh Agresivitas Pajak, Ukuran Perusahaan, ROA Dan *Leverage* Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

4.2.2.1. Deskriptif Statistik

Statistik Deskriptif merupakan sebuah pengujian yang memberikan gambaran atau deskriptif suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standard deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, *kurtosis* dan *skewness* (Singgih, 2000). Sebagai contoh pada PT. Lippo Karawaci Tbk. salah satu dari 8 perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) dengan persiapan data sebagai berikut:

1. Perdata Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak adalah suatu skema transaksi yang ditujukan untuk meminimalkan beban pajak dengan memanfaatkan kelemahan- kelemahan ketentuan perpajakan suatu negara sehingga ahli pajak menyatakan legal karena tidak melanggar peraturan perpajakan (Darussalam dan Septriadi, 2009). Adapun yang menjadi proksi utama dalam penelitian ini adalah *Effective Tax Rates* (ETR) yang dihitung dengan cara membagi beban pajak penghasilan dengan pendapatan sebelum pajak. Agresivitas pajak dilihat dari nilai ETR, jika nilai ETR rendah, maka tindakan agresivitas pajak perusahaan akan semakin tinggi. Sebagai contoh

dari salah satu sampel penelitian yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) adalah PT. Lippo Karawaci Tbk. telah memperoleh hasil perhitungan dengan dilihat dari laporan keuangan beban pajak penghasilan dengan pendapatan sebelum pajak. Hasil perhitung atas agresivitas pajak sebagai berikut:

Tabel 4.14

Hasil Perhitungan Agresivitas Pajak

	TAHUN 2009	TAHUN 2010	TAHUN 2011	TAHUN 2012	TAHUN 2013	TAHUN 2014
NAMA	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
LPKR	0.17	0.17	0.17	0.16	0.17	0.15

Sumber: Data sekunder, lampiran 4, diolah

2. Perdata Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasi besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, antara lain: total asset, log size, nilai pasar saham dan lain- lain (Sari, 2013). Ukuran perusahaan menurut Lanis dan Richardson (2013) dapat diukur dengan logaritma natural total asset. Sebagai contoh dari salah satu sampel penelitian yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) adalah PT. Lippo Karawaci Tbk. untuk perhitungan diperoleh dari Ln total asset yang terdapat di laporan keuangan perusahaan per tahunnya dan dapat disimpulkan dari total hasil perhitungan kisaran antara 30 sampai 31 bahwa perusahaan akan mengungkapkan informasi lebih banyak dibandingkan perusahaan yang mengukur perusahaan dengan total asset rendah. Dibawah ini merupakan hasil perhitungan sebagai berikut:

Tabel 4.15**Hasil Perhitungan Ukuran Perusahaan**

NAMA	TAHUN 2009	TAHUN 2010	TAHUN 2011	TAHUN 2012	TAHUN 2013	TAHUN 2014
LPKR	30.13	30.41	30.54	30.84	31.07	31.26

Sumber: Data sekunder, lampiran 4, diolah

3. Perdata ROA

Profitabilitas atau ROA adalah ukuran yang digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu dan juga memberikan gambaran tentang tingkat efektifitas manajemen dalam melaksanakan kegiatan operasinya (Sari,2013). ROA dapat diukur dengan perbandingan laba usaha setelah pajak dengan total asset. Sebagai contoh dari salah satu sampel penelitian yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) adalah PT. Lippo Karawaci Tbk. telah memperoleh hasil perhitungan kisaran 0,04-0,08 dimana hasil perhitungan diperoleh dari laporan keuangan perusahaan dengan perhitungan laba usaha setelah pajak dibagi dengan total asset. Sebagaimana hasil perhitungan ROA sebagai berikut:

Tabel 4.16**Hasil Perhitungan ROA**

NAMA	TAHUN 2009	TAHUN 2010	TAHUN 2011	TAHUN 2012	TAHUN 2013	TAHUN 2014
LPKR	0.04	0.04	0.04	0.05	0.05	0.08

Sumber: Data sekunder, lampiran 4, diolah

4. Perdata *Leverage*

Leverage mencerminkan risiko keuangan perusahaan karena dapat menggambarkan struktur modal perusahaan dan mengetahui risiko tak tertagihnya suatu utang. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung ingin melaporkan laba lebih tinggi agar dapat mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang (Sari, 2013). *Leverage* dapat dihitung dengan membagi total liabilitas dengan total asset. Sebagai contoh dari salah satu sampel penelitian yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) adalah PT. Lippo Karawaci Tbk. telah memperoleh hasil perhitungan dilihat dari laporan keuangan. Hasil perhitungan *leverage* sebagai berikut:

Tabel 4.17

Hasil Perhitungan *Leverage*

NAMA	TAHUN 2009	TAHUN 2010	TAHUN 2011	TAHUN 2012	TAHUN 2013	TAHUN 2014
LPKR	0.56	0.49	0.48	0.54	0.55	0.53

Sumber: Data sekunder, lampiran 4, diolah

5. Perdata *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggungjawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (Untung, 2009). Pengukuran *Corporate Social Responsibility* (CSR) dilakukan dengan mencocokkan item pada *check list* dengan item yang diungkapkan perusahaan. Apabila item y diungkapkan maka diberikan nilai 1, jika item y tidak diungkapkan maka diberikan nilai 0 pada *check list*. Sebagai contoh

dari salah satu sampel penelitian yang terdaftar di JII adalah PT. Lippo Karawaci Tbk. dimana perusahaan telah mengungkapkan CSR sebanyak 6 pada tahun 2009, 6 tahun 2010, 5 tahun 2011, 5 tahun 2012, 5 tahun 2013 dan 5 tahun 2014 (dilihat pada lampiran 3) dan dijumlah sebanyak yang diungkapkan oleh perusahaan dengan di bagi total yang harus diungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat diperoleh hasil per tahunnya sebagai berikut:

Tabel 4.18

Hasil perhitungan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

NAMA	TAHUN 2009	TAHUN 2010	TAHUN 2011	TAHUN 2012	TAHUN 2013	TAHUN 2014
LPKR	0.07	0.07	0.05	0.05	0.05	0.05

Sumber: Data sekunder, lampiran 4, diolah

Statistik deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk memeberikan informasi mengenai variabel agresivitas pajak, ukuran perusahaan, ROA dan *leverage* terhadap *Corporate Social responsibility* (CSR). Statistik deskriptif dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.19

Deskriptif Statistik

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	48	.02	.11	.0646	.01989
Agresivitas Pajak	48	.15	.30	.2375	.03552
Ukuran Perusahaan	48	25.36	32.23	29.9823	1.54390
ROA	48	.04	.41	.1856	.10192
Leverage	48	.13	.68	.3533	.16424
Valid N (listwise)	48				

Sumber: Data sekunder, lampiran 5, diolah

Tabel 4.19 di atas menggambarkan deskriptif variabel- variabel yang meliputi variabel independen dan variabel kontrol terhadap variabel dependen secara statistik dalam penelitian ini. Minimum adalah nilai terkecil dari rangkaian pengamatan, maksimum adalah nilai terbesar dari suatu rangkaian pengamatan, mean (rata- rata) adalah hasil penjumlahan nilai seluruh data dibagi dengan banyaknya data, sementara standar deviasi adalah akar dari jumlah kuadrat dari selisih nilai data dengan rata- rata di bagi dengan banyaknya data. Tabel 4.19 menunjukkan deskriptif variable penelitian dengan jumlah data setiap variable yang valid sebanyak 48 adalah sebagai berikut:

- a. Indeks *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempunyai nilai minimum sebesar 0,02 dan nilai maksimum sebesar 0,11. Rata- rata *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah 0,0646 dengan standar deviasi adalah 0,01989.
- b. Indeks Agresivitas Pajak mempunyai nilai minimum sebesar 0,15 dan nilai maksimum sebesar 0,30. Rata- rata agresivitas pajak adalah 0,2375 dengan standar deviasi adalah 0,03552.
- c. Indeks Ukuran Perusahaan mempunyai nilai minimum sebesar 25,36 dan nilai maksimum sebesar 32,23. Rata- rata ukuran perusahaan adalah 29,9823 dengan standar deviasi adalah 1,54390.
- d. Indeks ROA mempunyai nilai minimum sebesar 0,04 dan nilai maksimum sebesar 0,41. Rata- rata ROA adalah 0,1856 dengan standar deviasi adalah 0,10192.

- e. Indeks *Leverage* mempunyai nilai minimum sebesar 0,13 dan nilai maksimum sebesar 0,68. Rata- rata *Leverage* adalah 0,3533 dengan standar deviasi adalah 0,16424.

4.2.2.2. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik dilakukan untuk melihat apakah asumsi- asumsi yang diperlukan dalam analisis regresi liner terpenuhi. Uji Asumsi Klasik dalam penelitian ini menguji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolienaritas serta uji autokolerasi.

I. Uji Normalitas

Uji *one sample kolmogrow-smirnov test* digunakan untuk mengetahui normal atau tidak (Singgih,2000). Hasil uji *one sample kolmogrow-smirnov test* berdasarkan *output* SPSS yang disajikan dalam lampiran terlihat bahwa nilai probabilitas atau tingkat signifikansi (*2-tailed*) variabel menunjukkan angka lebih besar dari 0,05 yang berarti variabel berdistribusi secara normal. Berikut menunjukkan hasil uji normalitas dengan uji *one sample kolmogrow-smirnov test* yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.20**Uji Normalitas****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		48
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.01701707
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.069
	Negative	-.066
Kolmogorov-Smirnov Z		.479
Asymp. Sig. (2-tailed)		.976

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data sekunder, lampiran 5, diolah

Hasil uji normalitas di atas dapat diketahui bahwa bila *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar $0,976 >$ kriteria Signifikan (*2-tailed*) $0,05$, ini membuktikan bahwa variabel independen yaitu agresivitas pajak dan variabel kontrol meliputi ukuran perusahaan, ROA dan *leverage* berdistribusi normal terhadap dependen yaitu *Corporate Social Responsibility* sehingga dapat digunakan sebagai penelitian.

II. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varians dari residual antara satu pengamatan pada pengamatan yang lain. Jika varians dari residual antara satu pengamatan pada pengamatan yang lain berbeda disebut heteroskedastisitas, sedangkan model yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk menguji tidak terjadi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat Abs_Res tingkat signifikansinya lebih besar dari $0,05$. Bila signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari $0,05$ maka persamaan regresi

tersebut mengandung heterokedastisitas dan sebaliknya (Singgih,2000). Tabel di bawah ini menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.21

Uji Heteroskedastisitas
Correlations

			Abs_Res
Spearman's rho	Agresivitas Pajak	Correlation Coefficient	-.125
		Sig. (2-tailed)	.398
		N	48
	Ukuran Perusahaan	Correlation Coefficient	-.069
		Sig. (2-tailed)	.640
		N	48
	ROA	Correlation Coefficient	.210
		Sig. (2-tailed)	.151
		N	48
	Leverage	Correlation Coefficient	-.025
		Sig. (2-tailed)	.867
		N	48
	Abs_Res	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.
		N	48

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: Data sekunder, lampiran 5, diolah

Hasil uji Tabel 4.21 diatas menunjukkan bahwa variabel independen yaitu agresivitas pajak dan variabel kontrol meliputi ukuran perusahaan, ROA, dan *leverage* memiliki signifikansi sebesar 0,398; 0,640; 0,151; dan 0,867 tidak terjadi heterokedastisitas atau homoskedastisitas terhadap variabel dependen yaitu *Corporate Social Responsibility* yang menunjukkan hasil korelasi lebih besar dari 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu observasi ke observasi lain.

III. Uji Multikolonieritas

Pengujian multikolinearitas dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan linear yang sempurna diantara variabel- variabel independen. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat dilihat dari *Value Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai $VIF > 10$ maka terjadi multikolinearitas. Sebaliknya apabila $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas (Singgih,2000). Dalam penelitian ini diperoleh VIF seperti pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.22

Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Agresivitas Pajak	.765	1.307
Ukuran Perusahaan	.980	1.020
ROA	.741	1.350
Leverage	.896	1.116

a. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data sekunder, lampiran 5, diolah

Tabel 4.22 di atas menunjukkan bahwa untuk variabel dependen yaitu agresivitas pajak dan variabel control meliputi ukuran perusahaan, ROA serta *leverage* tidak terjadi multikolinearitas terhadap variabel dependen yaitu *Corporate Social Responsibility* yang menunjukkan nilai VIF tidak melebihi nilai 10 dan nilai tolerance mendekati angka 1. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak ada indikasi kolinearitas antar variabel penjelas maka tidak terjadi multikolinearitas.

IV. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi (DW) bertujuan untuk menguji apakah regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu $t-1$. Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak terjadi autokorelasi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa uji asumsi klasik autokorelasi dilakukan untuk data *times series* atau data yang mempunyai seri waktu. Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi yaitu jika tidak terjadi autokorelasi, nilai DW berada diantara -2 dan 2 atau $-2 < DW < 2$ (Singgih,2000). Dalam tabel menunjukkan uji autokorelasi sebagai berikut:

Tabel 4.23

Uji Autokolerasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.518 ^a	.268	.200	.01779	1.013

a. Predictors: (Constant), Leverage, Ukuran Perusahaan, Agresivitas Pajak, ROA

b. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data sekunder, lampiran 5, diolah

Hasil dari Tabel 4.23 uji autokolerasi (DW) untuk menunjukkan bahwa varibel independen yaitu agresivitas pajak dan variabel kontrol meliputi ukuran perusahaan, ROA dan *leverage* diperoleh sebesar 1,013 terhadap variabel dependen yaitu *Corporate Social Responsibility*. Pengambilan keputusan dengan uji Durbin Watson dapat dilakukan melalui nilai DW sebesar 1,013 yang lebih besar dari -2 dan lebih kecil dari 2 yaitu $(-2 < 1,013 < 2)$, maka disimpulkan dari hasil diatas tidak terjadi autokerelasi.

4.2.2.3. Uji Hipotesis

Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel predictor (variabel bebas) terhadap variabel terikat.

Tabel 4.24

Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.261	.056		4.676	.000
Agresivitas Pajak	-.061	.084	-.110	-.736	.466
Ukuran Perusahaan	-.006	.002	-.453	-3.441	.001
ROA	.018	.030	.094	.618	.540
Leverage	-.029	.017	-.237	-1.717	.093

a. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data sekunder, lampiran 5, diolah

Hasil dari Tabel 4.24 berdasarkan variabel independen dan variabel kontrol terhadap variabel dependen, data sekunder tersebut diperoleh model regresi linear berganda sebagai berikut:

$$CSR = \alpha_0 + \beta_1 ETR + \beta_2 SIZE + \beta_3 ROA + \beta_4 LEVERAGE + \varepsilon$$

$$CSR = 0,261 - 0,061 - 0,006 + 0,018 - 0,029 + \varepsilon$$

Interprestasi dari persamaan tersebut adalah sebagai berikut:

$\alpha = 0,261$, menunjukkan bahwa agresivitas pajak, ukuran perusahaan, ROA serta *leverage* dianggap konstan maka *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempunyai nilai positif.

$\beta_1 = -0,061$, menunjukkan bahwa variabel agresivitas pajak berpengaruh negatif artinya apabila agresivitas pajak meningkat satu- satuan unit maka

Corporate Social Responsibility (CSR) akan turun sebesar 0,061 dengan asumsi variabel lain konstan.

$\beta_2 = -0,006$, menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh secara negatif artinya apabila ukuran perusahaan meningkat satu- satuan unit maka *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan turun sebesar 0,006 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

$\beta_3 = 0,018$, menunjukkan bahwa variabel *Return On Asset* (ROA) berpengaruh secara negatif artinya apabila *Return On Asset* (ROA) meningkat satu- satuan unit maka *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan naik sebesar 0,018 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

$\beta_4 = -0,029$, menunjukkan bahwa variabel *leverage* berpengaruh negatif artinya apabila *leverage* meningkat satu- satuan unit maka *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan turun sebesar 0,029 dengan asumsi variabel lain konstan.

Variabel yang paling dominan artinya yang paling besar mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah X3 (ROA), karena satu- satuan unit maka *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Y) akan naik sebesar 0,018 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

I. Uji Secara Koefisiensi Determinan (Uji R^2)

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen berupa Agresivitas pajak, ROA, *leverage*, dan *size* terhadap variabel dependen berupa *Corporate Social Responsibility*. Nilai

koefisiensi determinasi adalah antara nol dan satu. Jika dalam uji empiris di dapat nilai adjusted R^2 negatif, maka nilai adjusted R^2 dianggap nol (Singgih,2000).

Tabel 4.25

Koefisiensi Determinan (Uji R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.518 ^a	.268	.200	.01779	1.013

a. Predictors: (Constant), Leverage, Ukuran Perusahaan, Agresivitas Pajak, ROA

b. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data sekunder, lampiran 5, diolah

Hasil dari Tabel 4.25 berdasarkan variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen a variabel kontrol dengan nilai adjusted R Square positif sebesar 0,200. Hal ini menunjukkan bahwa variabel CSR dipengaruhi oleh variabel agresivitas pajak bersama variabel kontrol yaitu ukuran perusahaan, ROA dan *leverage* sebesar 200% Sedangkan sisanya sebesar 800% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

II. Uji Secara Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk menunjukkan semua variabel independen atau bebas yang berupa agresivitas pajak, dan variabel kontrol yang berupa ukuran perusahaan, ROA dan *leverage* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yang berupa *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara bersama- sama. Penelitian ini menggunakan signifikansi 0,05 (5%). Uji ini dimaksudkan untuk mengetahui model yang digunakan sudah *fit* atau tidak (Singgih,2000).

Ketentuan pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, artinya semua variabel independen secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, artinya semua variabel independen secara bersama-sama (simultan) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.26

Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.005	4	.001	3.935	.008 ^a
	Residual	.014	43	.000		
	Total	.019	47			

a. Predictors: (Constant), Leverage, Ukuran Perusahaan, Agresivitas Pajak, ROA

b. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data sekunder, lampiran 5, diolah

Tabel 4.26 di atas memperlihatkan bahwa hasil regresi didapatkan nilai F_{hitung} sebesar $3,935 > F_{tabel}$ sebesar 2,61 atau dengan tingkat signifikansi sebesar 0,008 yang bernilai $<$ pada α 0,05. Nilai signifikansi $< \alpha$ mengartikan bahwa H_0 ditolak. Dengan demikian hasil perhitungan ini dapat diambil suatu keputusan bahwa variabel independen yaitu agresivitas pajak, dan variabel kontrol meliputi ukuran perusahaan, ROA dan *leverage* secara simultan berpengaruh signifikansi terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

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

4.2.3.1. Deskriptif Statistik

Statistik Deskriptif merupakan sebuah pengujian yang memberikan gambaran atau deskriptif suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standard deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, *kurtosis* dan *skewness* (Singgih, 2000). Sebagai contoh pada PT. Lippo Karawaci Tbk. salah satu dari 8 perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) dengan persiapan data sebagai berikut:

1. Perdata Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak adalah suatu skema transaksi yang ditujukan untuk meminimalkan beban pajak dengan memanfaatkan kelemahan-kelemahan ketentuan perpajakan suatu negara sehingga ahli pajak menyatakan legal karena tidak melanggar peraturan perpajakan (Darussalam dan Septriadi, 2009). Adapun yang menjadi proksi utama dalam penelitian ini adalah *Effective Tax Rates* (ETR) yang dihitung dengan cara membagi beban pajak penghasilan dengan pendapatan sebelum pajak. Agresivitas pajak dilihat dari nilai ETR, jika nilai ETR rendah, maka tindakan agresivitas pajak perusahaan akan semakin tinggi. Sebagai contoh dari salah satu sampel penelitian yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) adalah PT. Lippo Karawaci Tbk. telah memperoleh hasil perhitungan dengan dilihat dari laporan keuangan beban pajak penghasilan dengan pendapatan sebelum pajak. Hasil perhitung atas agresivitas pajak sebagai berikut:

Tabel 4.27**Hasil Perhitungan Agresivitas Pajak**

	TAHUN 2009	TAHUN 2010	TAHUN 2011	TAHUN 2012	TAHUN 2013	TAHUN 2014
NAMA	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
LPKR	0.17	0.17	0.17	0.16	0.17	0.15

Sumber: Data sekunder, lampiran 4, diolah

2. Perdata *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggungjawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (Untung, 2009). Pengukuran CSR dilakukan dengan mencocokkan item pada *check list* dengan item yang diungkapkan perusahaan. Apabila item y diungkapkan maka diberikan nilai 1, jika item y tidak diungkapkan maka diberikan nilai 0 pada *check list*. Sebagai contoh dari salah satu sampel penelitian yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) adalah PT. Lippo Karawaci Tbk. dimana perusahaan telah mengungkapkan CSR sebanyak 6 pada tahun 2009, 6 tahun 2010, 5 tahun 2011, 5 tahun 2012, 5 tahun 2013 dan 5 tahun 2014 (dilihat pada lampiran 3) dan dijumlah sebanyak yang diungkapkan oleh perusahaan dengan di bagi total yang harus diungkapkan CSR dapat diperoleh hasil per tahunnya sebagai berikut:

Tabel 4.28**Hasil Perhitungan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

NAMA	TAHUN 2009	TAHUN 2010	TAHUN 2011	TAHUN 2012	TAHUN 2013	TAHUN 2014
LPKR	0.07	0.07	0.05	0.05	0.05	0.05

Sumber: Data sekunder, lampiran 4, diolah

Statistik deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk memberikan informasi mengenai variabel agresivitas pajak terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Statistik deskriptif dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.29**Deskriptif Statistik**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	48	.02	.11	.0646	.01989
Agresivitas Pajak	48	.15	.30	.2375	.03552
Valid N (listwise)	48				

Sumber: Data sekunder, lampiran 5, diolah

Tabel 4.29 di atas menggambarkan deskriptif variabel meliputi variabel agresivitas pajak terhadap variabel CSR secara statistik dalam penelitian ini. Minimum adalah nilai terkecil dari rangkaian pengamatan, maksimum adalah nilai terbesar dari suatu rangkaian pengamatan, mean (rata-rata) adalah hasil penjumlahan nilai seluruh data dibagi dengan banyaknya data, sementara standar deviasi adalah akar dari jumlah kuadrat dari selisih nilai data dengan rata-rata dibagi dengan banyaknya data. Tabel 4.29 menunjukkan deskriptif variabel penelitian dengan jumlah data setiap variabel yang valid sebanyak 48 adalah sebagai berikut:

- a. Indeks *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempunyai nilai minimum sebesar 0,02 dan nilai maksimum sebesar 0,11. Rata- rata agresivitas pajak adalah 0,0646 dengan standar deviasi adalah 0,01989.
- b. Indeks Agresivitas Pajak mempunyai nilai minimum sebesar 0,15 dan nilai maksimum sebesar 0,30. Rata- rata agresivitas pajak adalah 0,2375 dengan standar deviasi adalah 0,03552.

4.2.3.2. Uji Hipotesis

Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel predictor (variabel bebas) terhadap variabel terikat.

Tabel 4.30

Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.063	.020		3.188	.003
Agresivitas Pajak	.006	.083	.011	.071	.943

a. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data sekunder, lampiran 5, diolah

Hasil dari Tabel 4.30 berdasarkan variabel agresivitas pajak terhadap variabel CSR, data sekunder tersebut diperoleh model regresi linear berganda sebagai berikut:

$$CSR = \alpha_0 + \beta_1 ETR + \varepsilon$$

$$CSR = 0,063 + 0,006 + \varepsilon$$

Interprestasi dari persamaan tersebut adalah sebagai berikut:

$\alpha = 0,063$, menunjukkan bahwa agresivitas pajak, ukuran perusahaan, ROA serta *leverage* dianggap konstan maka *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempunyai nilai positif.

$\beta_1 = 0,006$, menunjukkan bahwa variabel agresivitas pajak berpengaruh positif artinya apabila agresivitas pajak meningkat satu- satuan unit maka *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan naik sebesar 0,006 dengan asumsi variabel lain konstan.

I. Uji Secara Koefisiensi Determinan (Uji R^2)

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen berupa Agresivitas pajak, ROA, *leverage*, dan *size* terhadap variabel dependen berupa *Corporate Social Responsibility*. Nilai koefisiensi determinasi adalah antara nol dan satu. Jika dalam uji empiris di dapat nilai adjusted R^2 negatif, maka nilai adjusted R^2 dianggap nol.

Tabel 4.31

Koefisiensi Determinan (Uji R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.011 ^a	.000	-.022	.02010	1.014

a. Predictors: (Constant), Agresivitas Pajak

b. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data sekunder, lampiran 5, diolah

Hasil dari Tabel 4.31 berdasarkan nilai adjusted R Square negatif sebesar - 0,022. Hal ini menunjukkan bahwa variabel CSR tidak dijelaskan oleh variabel agresivitas pajak.

II. Uji Secara parsial (Uji t)

Uji t ini digunakan untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan variabel control terhadap variabel dependen secara parsial. Pengambilan ini dilihat dari signifikansi atau tidaknya variabel independen terhadap variabel dependen dalam uji t adalah jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka dikatakan signifikan dan begitu sebaliknya.

Dengan ketentuan pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya semua variabel independen secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya semua variabel independen secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.32

Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.063	.020		3.188	.003
Agresivitas Pajak	.006	.083	.011	.071	.943

a. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data sekunder, lampiran 5, diolah

Hasil dari Tabel 4.32 berdasarkan variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial, untuk pengujian variabel adalah sebagai berikut:

Berdasarkan hasil uji t yang disajikan bahwa variabel independen agresivitas pajak hasil regresi t_{hitung} sebesar 0,071 yang bernilai lebih kecil dari pada t_{tabel} sebesar 2,021 atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau dengan tingkat signifikansi 0,943

yang bernilai lebih besar dari 0,05 maka secara parsial agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

4.3. Pembahasan

4.3.1. Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dengan Variabel Kontrol Ukuran Perusahaan, ROA dan *Leverage*

Berdasarkan analisis regresi di atas hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya termasuk yang dilakukan oleh Diah, dkk (2014) yang menyatakan dengan uji sensitivitas menunjukkan bahwa agresivitas pajak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dengan nilai negatif ETR menunjukkan bahwa semakin rendah nilai ETR, maka tindakan agresivitas pajak perusahaan akan semakin tinggi. Artinya, perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas pajak tinggi akan mengungkapkan laporan tanggung jawab sosial lebih besar dari pada perusahaan yang memiliki agresivitas pajak rendah. Hal ini dilakukan perusahaan agar memperoleh legitimasi atau pengakuan baik dari investor, kreditor, konsumen, pemerintah maupun masyarakat sekitar sehingga tindakan agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan tertutupi oleh pengungkapan tanggung jawab sosial yang baik.

Hasil penelitian ini di lihat dari uji simultan menyatakan bahwa agresivitas pajak, ukuran perusahaan, ROA dan *leverage* berpengaruh dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara bersama- sama. Sedangkan di lihat dari uji parsial bahwa agresivitas pajak, ROA dan *leverage* tidak berpengaruh atau tidak signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) hanya ukuran

perusahaan yang berpengaruh negatif dan signifikan secara parsial. Hal ini sejalan dengan penelitian Oktaviana (2014) menyatakan bahwa agresivitas pajak, ROA dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Diah, dkk (2014) menyatakan bahwa hanya ukuran perusahaan yang berpengaruh.

Variabel independen yang merupakan agresivitas pajak mempunyai tingkat signifikansi sebesar 0,943, sehingga dapat disimpulkan bahwa agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini membuktikan bahwa jika di lihat dari data perhitungan variabel penelitian ini, rata- rata tingkat agresivitas pajak di perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) masih tergolong rendah yaitu sebesar 0,2375 atau 23%. Rendahnya tingkat agresivitas pajak tersebut tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini diindikasi karena rendahnya tingkat agresivitas pajak dianggap belum mampu mempengaruhi tinggi rendahnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Rendahnya tingkat agresivitas pajak perusahaan di Indonesia juga menunjukkan bahwa perusahaan rata- rata sudah taat dan patuh terhadap peraturan perpajakan yang berlaku terlihat dari 77% atau lebih dari 50% perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) diindikasi tidak melakukan agresivitas pajak. Selain itu juga, hasil menyatakan tidak berpengaruh tersebut diakibatkan karena pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) masih rendah, karena bersifat sukarela dan belum maksimal dalam mengikuti standard *Global Reporting Initiatives* (GRI), sehingga penelitian ini menyatakan bahwa agresivitas pajak

yang dilakukan perusahaan belum dapat dijadikan landasan untuk mengetahui tinggi rendahnya pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan khususnya perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII).

Menurut Peneliti agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga di akibatkan karena terjadinya perbedaan perlakuan perusahaan yang melakukan agresivitas pajak di Indonesia dengan Negara lain. Dengan demikian, dapat diindikasikan bahwa adanya ketidaksesuaian antara tindakan perusahaan dengan harapan masyarakat, maka perusahaan akan mengungkapkan melalui laporan tahunan untuk memperoleh legitimasi terkait tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat.

Variabel kontrol ukuran perusahaan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,001. Hasil tersebut menandakan bahwa variabel kontrol ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada $\alpha = 0,05$. Hal ini berarti perusahaan besar yang diukur berdasarkan total asset akan mengungkapkan informasi lebih banyak dari pada perusahaan 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 Diah, dkk (2014) dan Sari (2012) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) .

Variabel kontrol profitabilitas (ROA) mempunyai tingkat signifikan sebesar 0,755, sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas (ROA) tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini dikarenakan profitabilitas yang dimiliki oleh perusahaan dalam hal menghasilkan laba dengan menggunakan total asset yang ada tidak memiliki hubungan dengan pengungkapan CSR perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Diah, dkk (2014) dan Oktaviana (2014) yang menemukan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Variabel kontrol *leverage* mempunyai tingkat signifikansi sebesar 0,117. Hasil tersebut menandakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya hutang yang dimiliki oleh perusahaan tidak digunakan untuk kegiatan *Corporate Social Responsibility* (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 atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktaviana (2014) dan Diah, dkk (2014) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka di lihat dari teori yang dikemukakan oleh Lanis dan Richardson (2013) mengatakan pembayaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan memiliki implikasi penting bagi masyarakat dalam hal pendanaan barang publik seperti pendidikan, pertahanan nasional, kesehatan masyarakat dan hukum. Meskipun di sisi lain perusahaan masih dibebani mengenai tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang akan memberikan dampak negatif dimata masyarakat apabila perusahaan tidak melakukan tanggung jawabnya tersebut seperti yang diharapkan oleh masyarakat. Hal ini diakibatkan perusahaan yang tidak melakukan agresivitas pajak dinyatakan negatif oleh pandangan masyarakat. Dengan dilihat dari nilai ETR bahwa semakin rendah nilai ETR, maka tindakan agresivitas pajak tinggi akan mengungkapkan laporan tanggung jawab sosial lebih besar dari pada perusahaan yang memiliki agresivitas pajak rendah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan bahwa agresivitas pajak dengan menggunakan ukuran perusahaan, ROA, dan *leverage* sebagai variabel kontrol berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sedangkan hasil penelitian secara parsial bahwa agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) karena dilihat dari nilai ETR signifikan sebesar 0,943 yang lebih besar dari 0,05 menyatakan bahwa semakin tinggi nilai ETR, maka tindakan agresivitas pajak yang rendah akan cenderung mengungkapkan informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) lebih besar untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat dan melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi.

Hasil dari analisa di atas bahwa agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap CSR diakibatkan karena rendahnya tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang bersifat sukarela dan belum maksimal mengikuti standard GRI sehingga agresivitas pajak belum dapat dijadikan landasan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial sesuai yang diharapkan oleh masyarakat.

Berdasarkan pembahasan di atas perspektif Islam dalam upaya penghindaran pajak seharusnya tidak dilakukan oleh perusahaan terutama perusahaan yang go public karena pembayaran pajak digunakan untuk membiayai pembanguna dalam sector pertahanan keamanan, pendidikan, kesehatan, kesejahteraan pegawai dan lain- lain. Dengan adanya kesadaran masyarakat membayar pajak dengan motivasi iman dan keyakinan sebagai ibadah maka pendapat negara akan meningkat sehingga biaya pembangunan akan meningkat pula.

Berdasarkan yang tertera dalam surat An- Nisa' ayat 59 yang berbunyi:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِيَ الْأَمْرِ مِنْكُمْ فَإِنْ تَنَزَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ إِنْ كُنْتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿٥٩﴾

“Hai orang- orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rasullnya dan ulil amri diantara kamu. Kemudian jika kamu berlainan pendapat tentang sesuatu, maka kembalikanlah kepada Allah (Al- quran) dan Rasul (Sunnahnya), jika kamu benar- benar beriman kepada Allah dan hari kemudian. Yang demikian itu lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”. (QS. An- Nisa' ayat 59)

Hadist yang diriwayatkan Fatimah Binti Qais: Turmudzi yang artinya:

Nabi ditanya tentang zakat, maka ia bersabda: “sesungguhnya pada harta itu ada kewajiban selain zakat”.

Kewajiban selain zakat dalam hadist tersebut adalah kewajiban sosial lainnya yaitu 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 infaq yang tak terbatas jumlahnya sesuai kemampuan yang dimiliki, dan pemanfaatannya pun juga sangat luas dan sangat fleksibel.

Berdasarkan pembahasan di atas praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Islam menekankan pada etika bisnis islami. Operasional perusahaan harus terbebas dari berbagai modus praktik korupsi (*fight against corruption*) dan memberikan jaminan layanan maksimal sepanjang ranah operasionalnya, termasuk layanan terpercaya bagi setiap produknya (*provision and development of safe and reliable products*). Hal ini secara tegas tercantum dalam al- Quran. Allah SWT berfirman:

فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ وَلَا تَبْخُسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ..... ﴿٨٥﴾

“....maka sempurnakanlah takaran dan timbangan dan janganlah kamu kurangkan bagi manusia barang- barang takaran dan timbangannya...” (QS. Al- a’raf: 85).

Sayyid Qutb, Menurut Islam mempunyai prinsip pertanggungjawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkupnya. Antara jiwa dan raga, antara individu dan keluarga, antara individu dan sosial, dan suatu masyarakat dengan masyarakat lain. Tanggung jawab sosial merujuk pada kewajiban- kewajiban suatu perusahaan untuk melindungi dan memberi kontribusi kepada masyarakat dimana perusahaan itu berada.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji apakah agresivitas pajak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan variabel kontrol yang meliputi ukuran perusahaan, ROA dan *leverage* pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) periode 2009-2014. Hasil penelitian menunjukkan bahwa agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) masih rendah, karena bersifat sukarela dan belum maksimal dalam mengikuti standard *Global Reporting Initiatives* (GRI), sehingga penelitian ini menyatakan bahwa agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan belum dapat dijadikan landasan untuk mengetahui tinggi rendahnya pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan khususnya perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII). Akan tetapi jika dilihat dari hasil uji secara simultan agresivitas pajak dan variabel kontrol yang meliputi ukuran perusahaan, ROA dan *leverage* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Hasil dari variabel kontrol menunjukkan bahwa kedua variabel kontrol yang meliputi ROA dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR), hanya ukuran perusahaan yang memiliki pengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan besar yang diukur berdasarkan total asset akan mengungkapkan

informasi yang lebih besar untuk menarik minat masyarakat sehingga pandangan masyarakat terhadap perusahaan tersebut terkesan baik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari 48 sampel perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index periode 2009-2014 memiliki nilai *adjusted R*² sebesar 0,200. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) dipengaruhi oleh variabel independen yaitu agresivitas pajak dan variabel kontrol yang meliputi ukuran perusahaan, ROA dan *leverage* sebesar 200% sedangkan sisanya sebesar 800% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

5.2. Saran

Berdasarkan analisis hasil penelitian dan pembahasan, maka untuk penelitian selanjutnya apabila ingin melakukan penelitian serupa yaitu mengenai agresivitas pajak dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat menggunakan proksi selain yang digunakan dalam penelitian ini, seperti ETR (*Effective Tax Rate*). Peneliti juga dapat menggunakan variabel- variabel kontrol yang dapat mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) selain variabel- variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini. Hal ini dilakukan agar penelitian selanjutnya dapat memperoleh informasi agresivitas pajak yang lebih variatif sehingga dapat dipergunakan untuk meminimalkan agresivitas pajak di Indonesia. Dengan memperbanyak sampel bagi penelitian selanjutnya sehingga data yang digunakan penelitian bisa lebih valid serta penelitian selanjutnya untuk menambah jangka waktu agar data perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian akan semakin banyak.

DAFTAR PUSTAKA

Al- Qur'an dan Terjemah

- Anatan, Lina. 2013. *Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan teoritis dan Praktik di Indonesia*. Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.
- Asrarsani, Andi Mursyid. 2013. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa efek Indonesia*.
- Avi- Yonah, Reuvian S. 2006. *Corporate Social Responsibility and Strategic Tax Behavior*. Universitas of Michigan law school.
- Balakrishnan, K, J. Blouin, and W, Guay. 2011. *Does Tax Aggresiviness Reduce Financial Reporting Transparency*. [www. Google.co.id](http://www.Google.co.id).
- Darussalam dan D. Septriadi. 2009. *Tax Avoidance, Tax Plainning, Tax evasion, and Anti Avoidance Rule*. (online). www.ortax.org.
- Devi, Cynthia. 2014. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Solvabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Jasa Telekomunikasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)*. Skripsi Fakultas Ekonomi: UIN Malang.
- Diah, Lilik &Elin. 2014. *Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Publik Indonesia Yang Melakukan Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. Jurnal Ekonomi. Universitas Mataram.
- Fikriyah. 2013. *Analisis Pengaruh Likuiditas, Leverage, Profitabilitas Dan Karakteristik Kepemilikan Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI Pada Tahun 2010-2012)*. Skripsi Jurusan Manajemen fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang. Malang.
- Gustani, S. E.I. 2012. *Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Perspektif Islam*, (online),<http://gustani.blongspot.com>.
- Hartono, Budi. 2006. *Analisis Kinerja Perusahaan Berdasarkan Laporan Keuangan Dan Proyeksi Kebutuhan Dana Untuk Periode Yang Akan Datang (Studi Kasus: PT. PLN (Persero)Distribusi Jakarta Raya Dan Tangerang Area Jaringan Kramat Jati Periode 2003-2005)*. Skripsi Institut Pertanian Bogor.

<https://googleweblight.com>. Pengungkapan CSR berdasarkan Indikator GRI

<http://www.idx.co.id>.

Kasmir. 2012. *Analisis laporan Keuangan*. Rajawali Pres. Jakarta.

Khurana, I.K, dan W. J. Moser. 2009. *Institutional Ownership and Tax Egressiveness*. www.ssrn.com Landolf, U, and Symons, S. 2008. *Applying Corporate Responsibility to Tax*. *International Tax Review*, Vol. 31, PP. 6-13.

Kurniasih, Tommy dan Maria M. Ratna Sari. 2013. *Pengaruh Return On Assets, Leverage, Corporate Governance, Ukuran Perusahaan dan Kompensasi Rugi Fiskal Pada Tax Evoidance*. *Buletin Studi Ekonomi*. Vol. 18 No. 1.

Kotler, Philip dan Nancy Lee. 2005. *Corporate Social Responsibility*. John Wiley & Sons, Inc. Amerika.

Lanis, R. dan G. Richardson. 2013. *Corporate Social Responsibility and tax aggressiveness: a test of legistimacy theory*. *Accounting Auditing and accountability Journal*, Vol. 26 No. 1, pp.

Muid, Dul. 2011. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Stock Return Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2008-2009*, *Fokus Ekonomi* Vol. 6 No. 1 Juni 2011 : 105 - 121.

Nanda, Nila & Agung. 2015. *Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar Dalam Index SRI KEHATI Tahun 2011-2013)*. *Jurnal Administrasi Bisnis – Perpajakan (JAB)* Vol. 5 No. 2 2015. Universitas Brawijaya. Malang.

Nurani, Wigati. 2015. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Pada Struktur Kepemilikan Modal Asing Sebagai Variabel Moderating (studi Empiris pada Perusahaan pertambangan, Perkebunan, Dan kehutanan Yang terdaftar Di BEI 2011-2013)*. Skripsi Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi. Universitas UIN Malang

Octaviana, Natasya Elma. 2014. *Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Corporate Social Responsibility: Untuk Menguji Tes teori Legitimasi*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Semarang. Skripsi tidak dipublikasikan.

Pengertian JII. https://id.wikipedia.org/wiki/Jakarta_Islamic_Index

- Permanasari, Wien Ika. 2010. Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusional, dan Corporate Social Responsibility Terhadap nilai Perusahaan. Unpublished Skripsi. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Pujiasih. 2013. *Pengaruh kinerja Lingkungan terhadap Kinerja Keuangan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening. Fakultas Ekonomi. Universitas (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2009-2011)*. Skripsi Fakultas Ekonomi: Universitas negeri Semarang.
- Ranchman, Nurdizal M dkk. 2011. *Panduan Lengkap Perencanaan CSR*. Penebar Swadaya.
- Rosiliana, Kadek dkk. 2014. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan LQ45 Di Bursa Efek Indonesia Priode 2008-2012)*. e-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Akuntansi Program S1 Vol.2 No.1 Tahun 2014.
- Rusturiyani, Novi. 2012. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan (Studi pada perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011)*. Skripsi Universitas Pasundan. Bandung.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. *Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta)*. Simposium Nasional Akuntansi VIII. Solo.
- Singgih, Santoso. 2000. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, PT.Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Sugiono. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA. Bandung.
- Sumarsan, Thomas. 2013. *Tax Review dan Strategi Perencanaan Pajak*. Edisi 2. Jakarta. Permata Puri Media.
- Titisari, dkk. 2010. *Corporate Social Responsibility dan Kinerja Perusahaan*. Simposium Nasional Akuntansi XIII. Purwokerto.
- Undang- Undang No.40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.
- Undang- Undang No.25 Tahun 2007 Tentang Penanaman modal.
- Undang- Undang No.16 tahun 2009 Tentang Ketentuan Umum Dan tata Cara Perpajakan.

Untung, Dr.Hendrik Budi. 2009. *Corporate Social Responsibility*. Sinar Grafika. Jakarta.

Yaparto, Marissa dkk. 2013. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Pada Sektor Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2010-2011*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol.2 No.1.

