



IKATAN AKUNTAN INDONESIA
WILAYAH JAWA BARAT

ISSN-SNAB-2252-3936



PROCEEDINGS

**PROFESIONALISME AKUNTAN MENUJU
SUSTAINABLE BUSINESS PRACTICE**

KAMIS, 20 JULI 2017 | BANDUNG, JAWA BARAT

PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK

Muhammad Rizky Andrianto
Achmad Fadjar

Universitas Widyatama
Jl. Cikutra No.204A, Sukapada, Cibeunying Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat 40125
mrizkyandrianto@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan corporate social responsibility (CSR) terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2013-2015. Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengungkapan corporate social responsibility (CSR) sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak yang diukur menggunakan proksi effective tax rate (ETR). Penelitian ini mereplikasi penelitian yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson (2012). Sampel penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2013-2015. Sampel penelitian dipilih dengan metode purposive sampling dan diperoleh 17 perusahaan per tahun yang memenuhi kriteria. Total pengamatan dalam penelitian ini adalah 51 laporan tahunan perusahaan. Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap agresivitas pajak. Perusahaan yang memiliki tingkat pengungkapan CSR yang tinggi akan mengakibatkan perusahaan lebih agresif terhadap pajaknya.

Kata Kunci : *pengungkapan corporate social responsibility, agresivitas pajak, effective tax rate.*

1. PENDAHULUAN

Di Indonesia pajak menjadi sumber penerimaan negara yang sangat penting, penerimaan pajak merupakan sumber utama pembiayaan pemerintah dan pembangunan sehingga pelaksanaannya harus di kelola dengan baik. Anandita Budi Suryana (2012) menyatakan bahwa adanya kasus pembayaran pajak oleh perusahaan pertambangan yang diduga masih belum benar. Jumlah produksi tambang dan harga jual yang dilaporkan ke negara belum sesuai keadaan sebenarnya. KPK menyatakan penyelamatan uang negara dari pertambangan, khususnya migas yang mencapai Rp 156 Triliun.

Tindakan agresivitas pajak tersebut tentunya merugikan negara, seharusnya warga negara taat membayar pajak dalam rangka menjalankan kewajiban negara, baik wajib pajak orang pribadi maupun badan. Sebagaimana yang tercantum dalam Undang-Undang 1945 pasal 23A yang menyatakan bahwa pajak dan pungutan lain yang bersifat memaksa untuk keperluan negara diatur dengan undang-undang. Namun tanpa disadari dalam melakukan pembayaran pajak yang jumlah pembayarannya dapat ditentukan oleh wajib pajak itu sendiri memungkinkan wajib pajak mencari alternatif dengan meminimalisasi pembayaran pajak.

Menurut Lanis dan Richardson (2013) pandangan masyarakat mengenai perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas dianggap telah membentuk suatu kegiatan yang tidak bertanggung jawab secara sosial dan tidak sah. Tindakan tersebut secara tidak langsung menjadi perhatian publik yang mana bisa mengubah persepsi masyarakat terhadap perusahaan menjadi negatif. Selain itu perusahaan masih dibebani mengenai tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR yang akan memberi dampak negatif di mata masyarakat apabila perusahaan tidak melakukan tanggung jawabnya tersebut seperti yang diharapkan oleh masyarakat

Pajak menurut Diana Sari (2013:34) adalah iuran masyarakat kepada negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan umum (Undang-Undang) dengan tidak mendapat prestasi kembali yang langsung dapat ditunjuk dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berhubung tugas negara untuk menyelenggarakan pemerintahan. Setiap kegiatan yang dilakukan oleh manusia tidak terlepas dari adanya pajak. Di Indonesia pajak menjadi hal yang sangat penting, penerimaan pajak merupakan sumber utama pembiayaan pemerintah dan pembangunan. Saat ini sekitar 70% APBN Indonesia dibiayai dari penerimaan pajak. Untuk itu, seluruh warga negara berkewajiban ikut serta meningkatkan pembangunan nasional dengan cara berkontribusi dalam pembayaran pajak.

Mangoting (1999) menyatakan bahwa manajemen pajak adalah sarana untuk memenuhi kewajiban perpajakan dengan benar tetapi jumlah pajak yang dibayar dapat ditekan serendah mungkin untuk memperoleh laba dan likuiditas yang diharapkan manajemen. Tindakan manajerial yang dirancang untuk meminimalkan pajak perusahaan melalui kegiatan agresif pajak menjadi fitur yang semakin umum di lingkungan perusahaan di seluruh dunia. Menurut Frank, Lynch dan Rego (2009), agresivitas pajak perusahaan merupakan suatu tindakan merekayasa pendapatan kena pajak baik legal (*tax avoidance*) atau ilegal (*tax evasion*). Walaupun kegiatan perencanaan pajak tidak semua dikatakan melanggar peraturan, tetapi semakin besar dan banyak cara yang digunakan suatu perusahaan dalam penghematan pajak maka perusahaan tersebut dalam keadaan agresif terhadap pajak.

Corporate Social Responsibility (CSR) dianggap menjadi faktor kunci dalam keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan. CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan dan agresivitas pajak adalah masalah yang telah menarik banyak perhatian dalam literatur akademik. Dalam konteks yang lebih luas dan bisa dibilang lebih penting, CSR bisa berpotensi mempengaruhi agresivitas pajak dalam hal bagaimana rekening perusahaan dan mengarahkan sistem serta proses sehubungan dengan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan (Lanis dan Richardson, 2012).

Watson (2011) menyatakan bahwa tingkat CSR yang rendah dianggap sebagai perusahaan yang tidak bertanggung jawab secara sosial sehingga mampu melakukan strategi pajak yang lebih agresif dibanding perusahaan dengan tingkat CSR yang tinggi. Banyak hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk sebisa mungkin mengurangi pajak terutang. Oleh sebab itu, tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah pengungkapan CSR berpengaruh terhadap tingkat agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti mereplikasi penelitian yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson pada tahun 2012. Dalam penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Agresivitas Pajak”**.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, peneliti merumuskan masalah yang akan menjadi pokok pemikiran dan pembahasan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi di Indonesia periode tahun 2013-2015.
2. Bagaimana agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi di Indonesia periode tahun 2013-2015.
3. Seberapa besar pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui :

1. Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi di Indonesia periode tahun 2013-2015.
2. Agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi di Indonesia periode tahun 2013-2015.
3. Seberapa besar pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak.

Melalui penelitian ini, penulis mengharapkan agar hasilnya dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan, antara lain:

1. Bagi pengembangan ilmu akuntansi khususnya akuntansi perpajakan, penelitian ini dapat sebagai referensi dan tambahan pengetahuan bagi peneliti terkait dengan pengungkapan CSR dan agresivitas pajak.
2. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat menunjukkan bahwa sikap perusahaan terhadap CSR akan memberikan dampak secara luas tidak hanya pada kinerja perusahaan saja, tetapi juga sikapnya terhadap pajak.
3. Bagi investor, agar lebih berhati-hati dalam menanamkan modalnya di perusahaan serta bermanfaat sebagai bahan pertimbangan untuk mengevaluasi tanggung jawab sosial suatu perusahaan yang dapat mempengaruhi *sustainability* dan *image* perusahaan tersebut.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas atau masyarakat sekitar melalui praktik bisnis yang baik dan berkontribusi sebagian sumber daya perusahaan. (Kotler & Lee, 2005:3), Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu kewajiban bagi setiap perusahaan yang diatur oleh pemerintah dalam Undang-Undang RI No. 40 tahun 2007 pasal 74 tentang “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan”. Undang-undang tersebut mengamanatkan bahwa “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan”. Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa CSR merupakan faktor kunci dalam keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan.

Agresivitas pajak merupakan tindakan yang rentan dilakukan perusahaan-perusahaan besar di seluruh dunia termasuk di Indonesia. Tindakan pajak agresif merupakan tindakan yang ditujukan untuk menurunkan laba kena pajak melalui suatu perencanaan pajak baik legal (tax avoidance) maupun ilegal (tax evasion), hal ini merupakan hambatan yang terjadi dalam pemungutan pajak sehingga mengakibatkan berkurangnya penerimaan kas Negara, sehingga apabila hal ini dilakukan secara terus-menerus oleh perusahaan maka Negara akan mengalami kerugian yang cukup besar dalam penerimaan dari sektor pajak (Sari dan Martani, 2010).

Cara untuk mengukur perusahaan yang melakukan agresivitas pajak adalah dengan menggunakan proksi Effective Tax Rates (ETR). Menurut Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa ETR merupakan proksi yang paling banyak digunakan pada penelitian terdahulu. Proksi ETR dinilai menjadi indikator adanya agresivitas pajak apabila memiliki ETR yang mendekati nol. Semakin rendah nilai ETR yang dimiliki perusahaan maka semakin tinggi tingkat agresivitas pajak. ETR yang rendah menunjukkan beban pajak penghasilan lebih kecil dari pendapatan sebelum pajak.

Lanis dan Richardson dalam Panayi (2015:35) menyatakan bahwa agresivitas pajak adalah strategi perusahaan yang tidak sesuai dengan harapan masyarakat. Kinerja perusahaan dikatakan baik apabila mampu memperoleh laba yang tinggi pada tahun berjalan. Laba perusahaan yang tinggi dapat diperoleh dengan cara meminimalkan beban-beban yang dimiliki perusahaan. Salah satu beban yang dimiliki oleh perusahaan yaitu beban membayar pajak. Tindakan meminimalkan beban pajak atau agresivitas pajak di kalangan perusahaan-perusahaan besar sering terjadi, terutama di Indonesia. Banyak perusahaan besar di Indonesia yang berusaha mengurangi beban pajak dengan cara mengungkapkan biaya CSR yang telah dikeluarkan perusahaan, sehingga pengalihan beban pajak ke CSR ini dapat memperkecil biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan (Wibisono, 2007:56).

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif dari Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak.

3. METODE PENELITIAN

Objek dalam penelitian ini adalah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Agresivitas Pajak perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tahun 2013-2015.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang listing di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2013-2015. Periode tiga tahun ini dipilih karena adanya fenomena yang terjadi pada periode tahun tersebut seperti pada salah satu perusahaan manufaktur PT Wismilak Inti Makmur Tbk. Pemilihan data periode tiga tahun bertujuan untuk mendapatkan data terbaru dan diharapkan memperoleh hasil yang baik dalam menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu dengan mengambil sampel yang telah ditentukan sebelumnya berdasarkan maksud dan tujuan penelitian dengan kriteria sebagai berikut:

1. Mempublikasikan laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keuangan dari tahun 2013-2015 diakses melalui website perusahaan atau website BEI dan mengandung informasi laporan berkelanjutan.
2. Mengungkapkan *CSR Disclosure* dalam laporannya.
3. Laporan keuangan disajikan dengan menggunakan satuan nilai rupiah.
4. Memiliki ETR antara 0-1, dimana semakin rendah nilai ETR (mendekati 0) maka perusahaan dianggap semakin agresif terhadap pajak.
5. Memiliki profitabilitas yang positif selama periode penelitian.

Jenis data yang digunakan merupakan data kuantitatif, sedangkan sumber data yang digunakan merupakan jenis data sekunder. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur yang listing di BEI selama tahun 2013 sampai dengan tahun 2015, yang didokumentasikan dalam www.idx.co.id.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, yaitu suatu bentuk penelitian yang dilakukan berdasarkan data yang dikumpulkan selama penelitian, disertai analisis dan diinterpretasikan berdasarkan teori-teori dan literatur-literatur yang berhubungan dengan penelitian yang penulis ambil, dalam hal ini mengenai pengungkapan *corporate social responsibility* dan mengenai agresivitas pajak.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi pustaka (*Library Research*), yaitu metode pengumpulan data dengan melakukan telaah pustaka, eksplorasi dan mengkaji berbagai sumber seperti buku, jurnal, dan sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

Metode dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara melihat, menggunakan, dan mempelajari data-data sekunder yang diperoleh dari *Indonesian Stock Exchange* (IDX) dan *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD) yaitu laporan keuangan perusahaan yang terpilih sebagai sampel yang terdaftar di BEI.

Variabel independen merupakan variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility* yang diprosikan ke dalam pengungkapan CSR. Pengukuran ini dilakukan dengan mencocokkan item pada *check list* dengan item yang diungkapkan perusahaan. Indikator pengungkapan yang sesuai dengan perusahaan di Indonesia adalah tujuh kategori yang diungkapkan oleh Sembiring (2005:39) yaitu lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Jumlah item yang diungkapkan perusahaan manufaktur adalah total 78 item yang terdiri atas kategori lingkungan (13 item), kategori energi (7 item), kategori kesehatan dan keselamatan tenaga kerja (8 item), kategori lain-lain tenaga kerja (29

item), kategori produk (10 item), kategori keterlibatan masyarakat (9 item), dan kategori umum (2 item). Maka rumus untuk pengukuran pengungkapan CSR:

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

Variabel dependen adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen, dimana variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak. Agresivitas pajak merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk meminimalkan beban pajak yang akan dibayar dengan cara yang legal maupun illegal. *Effective Tax Rate* (ETR) merupakan proksi utama dalam penelitian ini. ETR menggambarkan persentase total beban pajak penghasilan yang dibayarkan perusahaan dari seluruh total pendapatan sebelum pajak. ETR diukur dengan menggunakan proksi model Lanis dan Richardson dalam Panayi (2015:38) karena paling banyak digunakan dalam penelitian terdahulu, yaitu:

$$ETR = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Pendapatan Sebelum Pajak}}$$

Untuk mengetahui adanya agresivitas pajak dapat dilihat dari nilai ETR yang rendah. ETR yang rendah menunjukkan beban pajak penghasilan lebih kecil dari pendapatan sebelum pajak. Agar lebih mudah untuk melihat mengenai variabel penelitian yang akan diteliti, maka penulis menjabarkan ke dalam operasionalisasi variabel yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep	Dimensi	Indikator	Skala
Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) (X)	CSR merupakan komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas atau masyarakat sekitar melalui praktik bisnis yang baik dan berkontribusi sebagian sumber daya perusahaan. (Kotler & Lee, 2005:3)	CSR disclosure pada laporan tahunan (<i>annual report</i>) perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> • Lingkungan • Energi • Kesehatan dan keselamatan tenaga kerja • Lain-lain dengan tenaga kerja • Produk • Keterlibatan masyarakat • Umum (Sembiring, 2005:39)	Rasio
Agresivitas Pajak (Y)	Agresivitas pajak merupakan suatu tindakan perencanaan pajak yang bertujuan untuk meminimalisasi beban pajak perusahaan baik secara legal atau sering disebut penghindaran pajak (<i>Tax Avoidance</i>) ataupun secara ilegal atau sering disebut penyelundupan pajak (<i>Tax Evasion</i>). (Mohammad Zain, 2008:48)	Catatan atas laporan keuangan sub bab perpajakan	<i>Effective Tax Rate</i> (ETR): <ul style="list-style-type: none"> • Beban pajak penghasilan • Pendapatan sebelum pajak (Panayi, 2015:38)	Rasio

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Menurut Uma Sekaran (2011:164) analisis kuantitatif adalah bentuk analisa yang menggunakan angka-angka dan dengan perhitungan statistik untuk menganalisis suatu hipotesis dan memerlukan beberapa alat analisis. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji regresi linier sederhana, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, pengujian hipotesis (Uji t).

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam menganalisis data yang diperoleh, penulis terlebih dahulu melakukan pengumpulan data dan perhitungan untuk mendapatkan nilai dari variabel independen dan dependen, yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan agresivitas pajak dengan menggunakan pendekatan tabel deskriptif statistik dengan bantuan Softawe SPSS v21.

Tabel 2. Deskriptif Variabel Penelitian

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengungkapan CSR (X)	51	,038	,615	,206	,172
Agresivitas Pajak (Y)	51	,059	,368	,251	,049
Valid N (listwise)	51				

Tabel 3. Data Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Periode 2013-2015

No	Emiten	2013	2014	2015
1	ADES	0,051	0,089	0,089
2	DLTA	0,115	0,128	0,128
3	DVLA	0,038	0,038	0,051
4	GGRM	0,089	0,089	0,089
5	ICBP	0,384	0,41	0,461
6	INDF	0,564	0,576	0,576
7	MERK	0,051	0,051	0,076
8	MYOR	0,102	0,102	0,192
9	PYFA	0,089	0,102	0,128
10	ROTI	0,294	0,307	0,346
11	SIDO	0,256	0,282	0,282
12	SKBM	0,089	0,089	0,089
13	TCID	0,205	0,217	0,217
14	TSPC	0,089	0,089	0,089
15	ULTJ	0,076	0,128	0,128
16	UNVR	0,576	0,602	0,615
17	WIIM	0,192	0,192	0,217
Minimum		0,038	0,038	0,051
Maksimum		0,576	0,602	0,615
Rata-rata		0,192	0,205	0,222
Perkembangan (%)		-	7,09	8,08

Angka-angka yang muncul pada tabel 2 tersebut merupakan hasil dari *item* CSR yang diungkapkan oleh perusahaan dibagi dengan total *item* CSR yang harus diungkapkan oleh perusahaan. Total *item* CSR yang harus diungkapkan oleh perusahaan adalah sebanyak 78 *item*. Menurut Sembiring (2005:39) perusahaan harus mengungkapkan minimal 40 *item* CSR atau di atas 50%. Dari tabel tersebut diketahui bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* terendah sebesar 0,038 atau 3,8% yang berada di tahun 2013 dan 2014 pada perusahaan DVLA, ini menunjukkan bahwa masih rendahnya kesadaran perusahaan dalam melakukan dan mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosialnya karena perusahaan masih beranggapan bahwa dalam hal pengungkapan, CSR merupakan beban yang harus dikeluarkan oleh perusahaan. Rata-rata pengungkapan *corporate social responsibility* periode 2013-2015 sebesar 0,206 atau 20,6%.

Tabel 4. Data Agresivitas Pajak Periode 2013-2015

No	Emiten	2013	2014	2015
1	ADES	0,059	0,252	0,256

2	DLTA	0,245	0,240	0,232
3	DVLA	0,284	0,235	0,253
4	GGRM	0,261	0,251	0,252
5	ICBP	0,247	0,252	0,270
6	INDF	0,268	0,292	0,348
7	MERK	0,252	0,266	0,265
8	MYOR	0,252	0,226	0,237
9	PYFA	0,271	0,368	0,322
10	ROTI	0,250	0,253	0,284
11	SIDO	0,303	0,239	0,219
12	SKBM	0,255	0,187	0,251
13	TCID	0,266	0,271	0,066
14	TSPC	0,230	0,206	0,251
15	ULTJ	0,255	0,301	0,253
16	UNVR	0,252	0,252	0,252
17	WIIM	0,244	0,249	0,263
	Minimum	0,059	0,187	0,066
	Maksimum	0,303	0,368	0,348
	Rata-rata	0,247	0,255	0,251
	Perkembangan (%)	-	3,48	-1,52

Agresivitas pajak disini merupakan sikap agresif perusahaan dalam meminimalisasi beban pajaknya baik dengan cara yang legal maupun ilegal. Angka-angka yang muncul pada tabel 4 tersebut merupakan angka *effective tax rate* (ETR) perusahaan yang merupakan hasil bagi dari beban pajak penghasilan dengan pendapatan sebelum pajak. ETR digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan agresif terhadap pajaknya, semakin kecil angka tersebut maka perusahaan semakin agresif terhadap pajaknya. Dari tabel tersebut diketahui bahwa nilai ETR terendah sebesar 0,059 atau 5,9% yang berada di tahun 2013 pada perusahaan ADES, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut agresif terhadap pajaknya. Semakin besar pajak yang dibayarkan perusahaan, maka pendapatan negara semakin banyak dan penerimaan perusahaan akan berkurang sehingga perusahaan melakukan agresivitas pajak. Rata-rata agresivitas pajak periode 2013-2015 sebesar 0,251 atau 25,1%.

Tabel 5. Hasil Pengujian Koefisien Regresi Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,240	,011		22,421	,000
	Pengungkapan CSR (X)	,055	,040	,193	1,374	,176

a. Dependent Variable: Agresivitas Pajak (Y)

Berdasarkan hasil *output* SPSS pada tabel 4.6 terlihat nilai koefisien regresi pada nilai *Unstandardized Coefficients* "B", sehingga diperoleh persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 0,240 + 0,055X$$

Dari hasil persamaan regresi tersebut masing-masing variabel dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- Nilai konstanta sebesar 0,240 memiliki arti bahwa jika variabel bebas (X) yakni pengungkapan *corporate social responsibility* bernilai 0 (nol) dan tidak ada perubahan, maka agresivitas pajak akan bernilai 0,240.
- Nilai pengungkapan *corporate social responsibility* (X) sebesar 0,055, memiliki arti bahwa jika variabel pengungkapan *corporate social responsibility* mengalami peningkatan sebesar 1 atau semakin baik, maka diprediksikan agresivitas pajak akan mengalami peningkatan sebesar 0,055.

Tabel 6. Hasil Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,193 ^a	,037	,017	,0485814

a. Predictors: (Constant), Pengungkapan CSR (X)

b. Dependent Variable: Agresivitas Pajak (Y)

Berdasarkan tabel 6 di atas, diperoleh informasi bahwa nilai korelasi (R) yang diperoleh antara pengungkapan *corporate social responsibility* dengan agresivitas pajak adalah sebesar 0,193. Nilai 0,193 menurut Sugiono (2012:183) berada pada interval 0,00 – 0,199 termasuk kategori sangat rendah. Sehingga dapat diketahui bahwa terdapat hubungan yang sangat rendah antara pengungkapan *corporate social responsibility* dengan agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang listing di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2013-2015.

Berdasarkan hasil output SPSS di atas, diketahui bahwa nilai koefisien determinasi atau *Rsquare* sebesar 0,037 atau 3,7%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pengungkapan *corporate social responsibility* memberikan pengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang listing di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2013-2015 sebesar 3,7%, sedangkan sisanya sebesar 100% - 3,7% = 96,3% merupakan pengaruh atau kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti diluar penelitian.

Tabel 7. Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,240	,011		22,421	,000
	Pengungkapan CSR (X)	,055	,040	,193	1,374	,176

a. Dependent Variable: Agresivitas Pajak (Y)

Dari tabel 4.9 hasil *output* SPSS diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap agresivitas pajak sebesar 1,374 dan nilai *p-value* (*Sig.*) sebesar 0,176. Dikarenakan nilai t_{hitung} lebih kecil dari nilai t_{tabel} ($1,374 < 2,010$) dan nilai signifikansi $0,176 > 0,05$ maka ditolak H_a dan H_0 diterima, artinya pengungkapan *corporate social responsibility* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang listing di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2013-2015.

Masalah yang terjadi dalam pengurangan pajak ini dilakukan oleh perusahaan dengan cara mengeluarkan biaya yang dikeluarkan untuk CSR, hal ini adalah salah satu dari bentuk kegiatan pajak yang agresif. Banyak yang menjadi pertimbangan perusahaan untuk agresif terhadap pengurangan pajak dengan mengeluarkan dana CSR yang dapat mengurangi laba kena pajak, karena perusahaan merasa bahwa tidak hanya pajak terutang tetapi juga CSR sebagai pengurang laba yang didapat oleh perusahaan. Perusahaan merasa hal ini akan mempengaruhi laba yang didapat dari yang dikurangkan akan mencerminkan kinerja perusahaan yang kurang maksimal, sehingga perusahaan akan lebih agresif terhadap pajak yang terutang.

Watson (2011) menyatakan bahwa tingkat CSR yang rendah dianggap sebagai perusahaan yang tidak bertanggung jawab secara sosial sehingga mampu melakukan strategi pajak yang lebih agresif dibanding perusahaan dengan tingkat CSR yang tinggi. Banyak hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk sebisa mungkin mengurangi pajak terutang. Oleh sebab itu, tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah pengungkapan CSR berpengaruh terhadap tingkat agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan tersebut.

Hasil koefisien determinasi, yaitu besarnya kontribusi pengaruh yang diberikan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap agresivitas pajak adalah sebesar 0,037 atau 3,7%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pengungkapan *corporate social responsibility* memberikan pengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang listing di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2013-2015 sebesar 3,7%, sedangkan sisanya sebesar 96,3% merupakan pengaruh atau kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti diluar penelitian seperti ukuran perusahaan (*size*), *leverage*, intensitas modal, *market to book ratio*, dan *return on asset* (ROA).

Hasil penelitian analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013-2015. Hasil pengujian hipotesis secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang listing di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2013-2015, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013-2015. Penerimaan hipotesis ini menyatakan bahwa apabila variabel pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) meningkat maka variabel agresivitas pajak pun meningkat, dengan demikian tujuan perusahaan dalam mengungkapkan *corporate social responsibility* (CSR) guna meminimalkan beban pajak dalam tindakan agresivitas pajak perusahaan tercapai, tetapi faktor yang menyebabkan variabel pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak dapat terjadi karena kurangnya data.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pembahasan sebelumnya yang menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki agresivitas pajak yang tinggi mengakibatkan perusahaan mengungkapkan CSR yang lebih luas. Hal ini membenarkan teori legitimasi dalam konteks agresivitas pajak (Fardilah, 2015). Hasil penelitian tersebut pun didukung pula oleh teori yang dikemukakan oleh Lanis dan Richardson dalam Panayi (2015:34) bahwa perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR yang tinggi maka agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan tersebut pun tinggi. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Octaviana (2014) dan Pradnyadari (2015) yang menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Perusahaan yang memiliki tingkat agresivitas yang rendah mengakibatkan perusahaan akan mengungkapkan CSR lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang melakukan agresivitas pajak. Hal ini tidak membenarkan teori legitimasi dalam konteks agresivitas pajak.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka penulis mengambil beberapa kesimpulan sesuai rumusan masalah yang dicari sebagai berikut :

1. Secara umum pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2013-2015 belum cukup baik, karena aspek informasi CSR yang diungkapkan oleh perusahaan masih sangat minim.
2. Secara umum agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2013-2015 sudah baik, namun demikian masih terdapat masalah, karena semakin bertambahnya kasus mengenai agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan.
3. Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2013-2015.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis mengenai pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2013-2015, penulis mencoba memberikan saran yang diharapkan dapat bermanfaat dan dapat memberikan masukan yang positif, yaitu sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk memperluas atau menambah variabel independen lainnya yang dapat mempengaruhi agresivitas pajak yang tidak terdapat dalam penelitian ini seperti ukuran perusahaan, *leverage*, intensitas modal, *market to book ratio*, dan *return on asset* (ROA).
2. Mengingat variabel pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap agresivitas pajak maka disarankan terhadap peneliti selanjutnya untuk menambah jumlah data perusahaan yang akan dijadikan sampel penelitian dan menambah tahun penelitian.
3. Bagi investor, sebelum menanamkan modalnya pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi disarankan untuk melakukan analisis laporan keuangan perusahaan dengan mengukur nilai tarif pajak efektifnya. Investor dapat menanamkan modalnya pada perusahaan yang memiliki nilai tarif pajak efektif yang tinggi, karena perusahaan dengan tarif pajak efektif yang tinggi terindikasi memiliki agresivitas pajak yang rendah.

6. DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Anandita Budi Suryana. 2013. "Penghindaran Pajak Perusahaan Global di Dunia". Diakses pada tanggal 15 Januari 2017, diambil dari www.pajak.go.id.
- [2]. Dewi Kartika Sari dan Dwi Martani. (2010). Karakteristik Kepemilikan Perusahaan, Corporate Governance, dan Tindakan Pajak Agresif. *Simposium Nasional Akuntansi XIII*.
- [3]. Diana Sari. 2013. *Konsep Dasar Perpajakan*. Bandung: Refika Aditama.
- [3]. Eddy R. Sembiring. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta). *Proceeding Simposium Nasional Akuntansi VII*. Sumatera Utara: Universitas Katolik St. Thomas.
- [4]. Erly Suandy. 2011. *Perencanaan Pajak*. Jakarta: Salemba Empat.
- [5]. Frank, M., Lynch, L., dan Rego, S. 2009. Tax Reporting Aggressiveness and Its Relation to Aggressive Financial Reporting. *The Accounting Review*, Vol. 84, Hal. 467-496.
- [6]. I Dewa Ayu Intan Pradnyadari. 2015. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak. *Diponegoro Journal of Accounting* 4(2): 1-9.
- [7]. Kotler, Philip and Nancy Lee. 2005. *Corporate Social Responsibility : Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. Jhon Wiley & Sons, Inc: Hoboken, New Jersey.
- [8]. Lanis, R. and Richardson, G., 2013. Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: A test of Legitimacy Theory. *Accounting, Auditing, & Accountability Journal* 26(1): 75-100.
- [9]. Mohammad Zain. 2008. *Manajemen Perpajakan, Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat.
- [10]. Natasya Elma Octaviana. 2015. Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap *Corporate Social Responsibility*: Untuk Menguji Teori Legitimasi. *Diponegoro Journal of Accounting* 3(2): 1-12.
- [11]. Uma Sekaran. 2011. *Research Methods for Business Edisi 1 and 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- [12]. Watson, Luke. 2011. *Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Examination of Unrecognized Tax Benefits*. The Pennsylvania State University.
- [13]. Yenni Mangoting. 1999. "Tax Planning: Sebuah Pengantar sebagai Alternatif Meminimalkan Pajak". *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol 1, No. 1, Mei 1999: 43-53.
- [14]. Yusuf Wibisono. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR: Corporate Social Responsibility*. Gresik: Fascho.