

The Effect of Tax Aggressiveness, Return On Assets, Leverage and Size on Corporate Social Responsibility (Empirical Study on Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange 2015-2019 Period)

Maria G. I. D. Sarmiento
Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Yogyakarta, Indonesia
e-mail: inesta.sarmiento@gmail.com

Keywords: <i>Tax Aggressiveness, CSR, ROA, Leverage and size</i>	Abstract <i>The Purpose of this study is to analyze the effect of tax aggressiveness, return on assets, leverage and size on corporate social responsibility (CSR). This study uses the independent tax aggressiveness with ETR (Effective Tax Rates), Return On Assets (ROA), Leverage and size while the dependent variable in this study is corporate Social Responsibility (CSR). The population on this study was manufacturing companies listed on Indonesia Stock Exchange. Sample were taken by purposive sampling method. The total sample for this study is 76 samples taken from 20 companies. Data were analyzed using ordinary least square regression, analysis model with the help of software SPSS25. The result of this study indicate that the independent variable tax aggressiveness, ROA and leverage have significant positive effect on CSR, while size has no effect on CSR</i>
Kata Kunci <i>Agresivitas pajak, corporate social responsibility, ROA, leverage, size</i>	Abstrak <i>Tujuan dari riset ini yaitu untuk menguji pengaruh agresivitas pajak, return on assets, leverage dan size terhadap corporate social responsibility (CSR). Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah agresivitas pajak dengan proksi ETR (Effective Tax Rates), Return On Assets (ROA), Leverage dan Size. Variabel dependen juga turut digunakan dalam riset ini yaitu corporate social responsibility (CSR). Populasi dalam sampel ini yaitu perusahaan manufaktur yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling. Total sampel untuk penelitian ini sebanyak 76 sampel yang diambil dari 20 perusahaan. Data dianalisis menggunakan model analisis regresi ordinary least square dengan bantuan software SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu agresivitas pajak, ROA, leverage berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR, sementara size tidak berpengaruh terhadap CSR</i>

1. PENDAHULUAN

Pajak merupakan retribusi dari rakyat terhadap kas negara dimana tidak ada kontraprestasi yang langsung dapat ditunjukkan, digunakan untuk kemakmuran rakyat sejalan dengan undang-undang dan tidak dapat dipaksakan (Mardiasmo, 2018: 3). Sumber pajak di Indonesia beragam dan perusahaan yang tergolong sebagai wajib pajak badan adalah satu diantaranya. Sari (2010), berpendapat bahwa pemilik perusahaan merasa pembayaran pajak oleh perusahaan adalah proses transfer kekayaan kepada negara dengan penggunaan biaya yang banyak. Besarnya iuran yang harus dibayarkan perusahaan juga tergantung dari penghasilannya. Pajak akan semakin besar

apabila perusahaan juga memiliki penghasilan yang besar dan begitu juga sebaliknya. Menurut Utari (2015), perusahaan akan condong untuk melakukan upaya penghindaran pajak sebab pajak adalah beban bagi perusahaan merupakan yang akan mengurangi laba bersih.

Penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan bertujuan agar pendapatan perusahaan tidak berkurang. Agresivitas pajak muncul sebagai opsi yang dilakukan oleh perusahaan untuk tujuannya tersebut. Tindakan agresivitas pajak ini menjadi kegiatan yang secara terencana dilakukan manajemen perusahaan demi mengurangi beban pajak yang dikenakan pada perusahaan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Yulyanah dan

Kusumastuti (2019) dikatakan bahwa di Indonesia banyak perusahaan melakukan penghindaran pajak berdasarkan hasil survei oleh *IMF Ernesto Crivelly* pada tahun 2016. Selain itu, jumlah wajib pajak yang ikut serta dalam *tax amnesty* masih banyak. Hal ini berarti fenomena penghindaran pajak di Indonesia masih tinggi (www.ugm.ac.id oleh Gloria, 2018).

Tidak hanya pajak, perusahaan juga berasumsi bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai beban untuk kesejahteraan rakyat sehingga perusahaan seolah memiliki dua beban yang sama (Hidayat, Ompungsu dan Suratno 2016). Bisa dikatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bentuk dedikasi perusahaan kepada masyarakat sebab pada kenyataan dalam kegiatan operasi perusahaan terlibat kontrak sosial secara tidak langsung dengan masyarakat. Namun dalam hal pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan nyatanya tidak sama dengan harapan masyarakat. Hal ini selaras dengan penelitian Lanis dan Richardson (2013) yang menjelaskan bahwa perilaku perusahaan yang tidak sejalan dengan harapan masyarakat menimbulkan hubungan antara perhatian masyarakat dengan pengungkapan CSR.

Penelitian tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan agresivitas pajak dilakukan oleh Arfiyanto dan Ardiyanto (2015) dengan proksi ETR (*Effective Tax Rates*) menunjukkan bahwa semakin luas tingkat pengungkapan CSR dari suatu perusahaan maka semakin tinggi agresivitas pajak perusahaan tersebut. Ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktaviana dan Rohman (2014) dengan alat uji statistik yang sama dan hasilnya menunjukkan bahwa agresivitas pajak berpengaruh negatif terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Sari dan Martani (2010) mengungkapkan bahwa perusahaan yang memiliki tingkat keuntungan tinggi mampu menggunakan bermacam metode pengelolaan bisnis untuk menjadi agresif terhadap pajak dan adanya

indikasi bahwa profit perusahaan adalah hasil dari *agressive tax avoidance* bisa saja diterima. Hubungan antar *return on assets* (ROA) dengan *corporate social responsibility* (CSR) pernah diteliti oleh Sari dan Rani (2013) dan hasilnya menunjukkan bahwa ROA berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility* (CSR).

Menurut Sartono dalam Saputra (2010) *leverage* adalah satu instrumen yang dapat dimanfaatkan oleh *stakeholder* untuk menghitung kemampuan perusahaan dalam mengelola hutang dan modal yang dimiliki oleh perusahaan. Selain itu *leverage* juga merupakan rasio yang tak kalah penting bagi *stakeholder* untuk resiko investasi dan juga sebagai pendorong kegiatan lain perusahaan seperti *corporate social responsibility*. Sulastri, Agusti dan Indriani (2017) dalam penelitiannya menunjukkan hasil bahwa *leverage* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Namun hasil yang berbeda ditunjukkan dari penelitian Oktaviana dan Rohman (2014) dimana hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *corporate social responsibility*.

Menurut Whardani dan Muid (2017) *size* (ukuran perusahaan) menunjukkan skala besar atau kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan besar cenderung mengungkapkan *corporate social responsibility* (CSR) lebih luas dibandingkan dengan perusahaan kecil untuk mendapatkan tanggapan yang positif dari masyarakat terkait kegiatan yang dijalankan oleh perusahaan.

Penelitian tentang pengaruh *size* (ukuran perusahaan) terhadap *corporate social responsibility* dilakukan oleh Munsaidah, Andini dan Suprianto (2016) dan hasilnya menunjukkan bahwa *size* (ukuran perusahaan) berpengaruh secara signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Sementara itu riset yang dilakukan oleh Ridwan (2015) menunjukkan hasil berbeda bahwa *size* (ukuran perusahaan) tidak berpengaruh secara

signifikan terhadap *corporate social responsibility*.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, dapat dilihat bahwa masih terdapat perbedaan antara masing-masing penelitian tentang pangaruh variabel-variabel tersebut terhadap *corporate social responsibility (CSR)*. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait hubungan agresivitas pajak, *return on assets*, *leverage* dan *size* (ukuran perusahaan) sebagai variabel independen dengan *corporate social responsibility (CSR)* sebagai variabel dependen. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari variabel-variabel independen tersebut terhadap *corporate social responsibility (CSR)* dengan melakukan studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Toeori Stakeholder*

Salah satu hal yang harus diingat oleh perusahaan adalah bahwa untuk menjaga keberlangsungan dan keberhasilannya perusahaan tidak hanya harus berhubungan dengan *stakeholder* internalnya saja tapi juga dengan menaruh perhatian terhadap para kepada lingkungan dan masyarakat. Dalam teori *stakeholder* perusahaan digambarkan sebagai suatu entitas yang tidak beroperasi hanya untuk kepentingannya sendiri tetapi juga harus memberikan manfaat bagi para *stakeholder*. Teori *stakeholder* adalah suatu kosep yang menjelaskan bahwa para *stakeholder* perusahaan dengan latar belakang yang berbeda baik internal maupun eksternal memiliki andil bagi kelangsungan dari suatu perusahaan (Lidawati & Puspita, 2015). Menurut Budimanta (2008) ada dua macam pendekatan *stakeholder* yaitu pendekatan *old-corporate* dan *new-corporate*. Yang membedakan kedua pendekatan ini yaitu penekanan bentuk pada implementasi aktivitas perusahaan. *Old-corporate* menekan pada implementasi kegiatan secara terpisah antara perusahaan dengan *stakeholder* sehingga

hubungannya hanya bersifat jangka pendek. *New-corporate* menekankan pada kolaborasi antara perusahaan dengan seluruh *stakeholder*. Dengan pendekatan ini hubungan dibangun dengan konsep kebersamaan sehingga mengurangi jarak antara perusahaan dengan stakeholdernya dan menghasilkan hubungan jangka panjang. Lewat pendekatan ini juga perusahaan lebih beorientasi pada pencapaian pembangunan berkelanjutan dari pada menghimpun kekayaan.

2.2 *Agresivitas Pajak*

Agresivitas pajak yaitu perencanaan manajemen oleh suatu entitas untuk menurunkan besaran pajak yang harus dibayar. Apabila sebuah perusahaan dianggap menghindari kewajiban perpajakannya perusahaan dianggap tidak membayar bagian yang adil selaku wajib pajak badan untuk membantu pemerintah dalam pembiayaan barang publik. Dilain sisi pembayaran pajak bagi perusahaan adalah transfer kekayaan yang memakan biaya cukup besar dan berpotensi mengurangi laba yang diperoleh perusahaan sehingga perusahaan condong untuk barsikap agresif terhadap pajak (Utari dan Romhan, 2015). Dilihat dari sisi agresivitas pajak perusahaan harus beranggapan bahwa aktifitasnya ini salah dan secara sosial tidak logis. Hal ini berarti secara otomatis perusahaan yang terlibat agresivitas pajak tidak bertanggungjawab secara sosial sehingga keputusan perusahaan mengenai kesiapannya untuk mengurangi kawajiban pajaknya dipengaruhi oleh sikapnya terhadap CSR.

Perusahaan yang agresif terhadap pajak dapat ditandai dengan transparansi yang lebih rendah (Rahayu dan Darmawan, 2017). Menurut Hlaing (2012) agresivitas pajak adalah suatu tindakan yang dilakukan semua perusahaan yang terlibat dalam usaha untuk mengurangi tindak pajak efektif. Untuk menilai apakah sebuah entitas atau perusahaan melakukan tindakan agresivitas pajak dapat digunakan proksi *Effective Tax Rates (ETR)*. ETR merupakan proksi yang paling banyak digunakan pada penelitian-penelitian

terdahulu (Lanis dan Richardson, 2012). Apabila proksi ETR mendekati nol maka hal ini dinilai sebagai indikator agresivitas pajak. Nilai ETR yang rendah menunjukkan bahwa beban pajak penghasilan lebih kecil dari pendapatan sebelum pajak. Dalam artian yaitu semakin rendah nilai ETR perusahaan maka semakin tinggi agresivitas pajaknya.

2.3 Return On Assets (ROA)

Return On Assets (ROA) adalah alat untuk mengukur rasio profitabilitas. ROA digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan di masa lampau untuk kemudian diproyeksikan di masa yang akan datang. Ketika aset yang dimiliki oleh perusahaan memberikan keuntungan artinya ROA diperusahaan secara signifikan dan positif serta mempunyai peluang tinggi untuk menambah usia keberlangsungan perusahaan. Namun bila ROA negatif maka dari total aktiva yang dipergunakan oleh perusahaan mendapat kerugian. Aset yang dimaksud dalam hal ini yaitu seluruh harta milik perusahaan yang diperoleh dengan modal sendiri dan juga termasuk aktiva yang diperoleh dari modal asing. Dengan melihat tingkat ROA yang baik dari suatu perusahaan *stakeholder* akan mendorong perusahaan untuk melakukan pencapaian usaha perbaikan terhadap masalah lingkungan dan sosial lewat memenuhi perannya dengan melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (Sari dan Rani, 2015).

2.4 Leverage

Menurut Ratnasari dan Prastiwi (2011) *Leverage* adalah barometer ketergantungan perusahaan akan modal yang dipinjam untuk pembiayaan aktifitas operasionalnya. Modal pinjaman perusahaan yang besar menunjukkan leverage perusahaan juga akan besar. Sebaliknya, leveragenya akan kecil jika dana pinjaman perusahaan kecil. Suatu perusahaan dengan rasio leverage yang kecil berarti perusahaan tersebut lebih menitik beratkan pada penggunaan modal pribadi untuk anggaran oprasionalnya. Hubungan yang

positif dan signifikan antara leverage dengan kelengkapan laporan tahunan muncul akibat adanya peningkatan leverage. Ini berarti adanya kenaikan permintaan tambahan data dari kreditor untuk mengetahui seberapa besar kapasitas perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangannya. Menurut Ahsan (2016) perusahaan akan dindikasi bergantung pada pinjaman luar apabila perusahaan tersebut memiliki nilai *leverage* yang tinggi. Tapi disisi lain jika peningkatan hutang digunakan untuk membiayai kegiatan seperti CSR maka hal ini bisa dianggap sebagai kebijakan yang tepat untuk dilaksanakan (Saputra, 2016).

2.5 Size (Ukuran Perusahaan)

Size adalah skala suatu perusahaan, dimana jika tenaga kerja yang digunakan semakin besar maka perusahaan tersebut adalah semakin besar (Rubiah dan Erawati, 2017). Ukuran perusahaan termasuk karakteristik yang penting bagi perusahaan. Besar atau kecilnya suatu entitas atau perusahaan bisa berpengaruh terhadap kemampuan manajemen perusahaan untuk mengelola perusahaan dalam berbagai situasi yang dihadapi. Menurut Kristanto (2013) dalam Rahayu dan Darmawan (2017) perusahaan yang besar lebih mahir karena sudah banyak pengalaman dalam mengelola dan melaksanakan kegiatan operasinya serta lebih matang dalam mengatur taktik untuk keberlangsungan usahanya termasuk dengan strategi penghematan pajaknya. Perusahaan dengan skala besar condong untuk mengungkapkan lebih banyak laporan dibandingkan dengan perusahaan kecil sebab efek resiko politis yang dihadapi perusahaan perusahaan besar lebih kuat dari pada resiko pada perusahaan kecil. Menurut Sari dan Rani (2015) perusahaan dengan skala besar tidak akan terlepas dari suatu tekanan politis untuk menjalankan pertanggungjawaban sosialnya.

2.6 Corporate Social Responsibility (CSR)

Susilo (2008) berpendapat bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau

tanggungjawab sosial perusahaan ialah wujud perhatian dari perusahaan yang diberikan secara konsisten dalam upayanya untuk menyokong kualitas hidup dan kesejahteraan umum. CSR juga sebagai sebuah tindak pendekatan yang dilakukan oleh perusahaan kepada masyarakat agar mendapatkan respon yang positif dari masyarakat terhadap kegiatannya. Lanis dan Richardson (2012) berpendapat bahwa tanggungjawab sosial adalah kunci utama untuk kesuksesan perusahaan dalam mempertahankan kontinuitasnya. Sebab dalam suatu proses bisnis perusahaan tidak bisa hanya berfokus untuk mengumpulkan kekayaan tanpa menghiraukan norma-norma yang berlaku dalam masyarakat, sehingga hubungan sosial dengan masyarakat sangat perlu untuk dijaga lewat tanggungjawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan. CSR berhubungan dengan *triple bottom line*, keberlanjutan perusahaan dan *corporate citizenship*. *Triple bottom line* diartikan sebagai keseimbangan dari upaya perusahaan untuk kepentingan-kepentingannya, bukan sekedar secara ekonomi saja namun juga untuk manfaat sosial (Bichta, 2003 dalam Wijaya dan Hadiprajitno, 2017). Sejalan dengan hal ini, perusahaan diharapkan agar tidak egois dalam mencari keuntungan. Sebab ini didasari oleh prinsip *corporate citizenship* yaitu bahwa pemangku kepentingan tidak hanya pemilik modal tapi juga masyarakat.

2.7 Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)

Setiap kegiatan operasional atau bisnis yang dijalankan oleh suatu perusahaan tidak pernah lepas dari kontrak sosial dengan masyarakat. Sehingga perusahaan harus menjaga hubungan baik dengan masyarakat dan hal ini bisa diwujudkan dengan cara perusahaan melakukan tanggung jawab sosialnya. Dengan melakukan tanggung jawab sosialnya harapan perusahaan untuk memperoleh legitimasi dari masyarakat bisa terwujud sebab perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosialnya tentu akan mendapat

perhatian dari masyarakat. Suatu perusahaan dikatakan berhasil apabila memenuhi harapan masyarakat. Pajak dan CSR dianggap perusahaan sebagai pengeluaran yang dilakukan untuk dua hal yang sama. Sehingga perusahaan bisa saja mengabaikan kepentingan salah satu pihak seperti melakukan agresivitas pajak agar keuntungan yang didapat lebih banyak. Suatu perusahaan yang terbukti melakukan tindak agresivitas pajak cenderung untuk mengungkap lebih banyak informasi tentang CSR diberbagai bidang dengan tujuan untuk mendapatkan penilaian yang baik dan simpati dari masyarakat (Deegan et al., 20002 dalam Lanis dan Richardson, 2013). Sejalan dengan ini maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi agresivitas pajak suatu perusahaan maka pengungkapan CSRnya juga akan tinggi.

H1 : Agresivitas pajak berpengaruh positif dengan CSR

2.8 Pengaruh Return On Asset (ROA) Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)

Suatu perusahaan dikatakan semakin baik apa bila ROA perusahaan semakin tinggi. Nilai ROA perusahaan yang baik menandakan bahwa kondisi perusahaan dalam keadaan baik dan mampu untuk bersaing. Dengan melihat tingkat ROA yang baik dari suatu perusahaan *stakeholder* akan mendorong perusahaan untuk melakukan pencapaian usaha perbaikan terhadap masalah lingkungan dan sosial lewat memenuhi perannya dengan melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (Sari dan Rani, 2015). Keuntungan yang tinggi dari suatu perusahaan memungkinkan perusahaan mengalihkan beban pajak kepada CSR dengan mengungkapkan CSR lebih besar. Upaya ini mungkin terjadi sebab CSR dianggap lebih memiliki dampak yang positif bagi perusahaan dalam kegiatan operasionalnya dibandingkan dengan beban pajak.

H2 : ROA berpengaruh positif terhadap Corporate Social Responsibility (CSR).

2.9 Pengaruh *Leverage* Terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Leverage menunjukkan seberapa besar aset perusahaan yang dibiayai oleh hutang. Menurut Sartono dalam Saputra (2010) *leverage* adalah alat yang dipakai oleh *stakeholder* guna mengukur kemampuan perusahaan dalam mengelola hutang dan modal yang dimiliki oleh perusahaan. Selain itu *leverage* juga merupakan rasio yang penting bagi *stakeholder* untuk resiko investasi dan juga sebagai pendorong kegiatan lain perusahaan seperti *corporate social responsibility*. Tingkat *leverage* perusahaan menggambarkan resiko keuangan yang dimiliki oleh perusahaan. Timbulnya *leverage* dalam disebabkan oleh karena aset perusahaan dibiayai dengan pinjaman yang memiliki bunga. Apabila diamati dari kinerja keuangan lewat posisi hutang dapat mendorong peningkatan ataupun penurunan dalam pengungkapan CSR perusahaan (Ming dan Gee, 2008). Jika *leverage* perusahaan terus meningkat akan terbentuk asumsi pasar bahwa perusahaan memiliki ketergantungan yang tinggi terhadap hutang. Sehingga resiko untuk berinvestasi ke perusahaan menjadi tinggi. Tapi disisi lain jika peningkatan hutang digunakan untuk membiayai kegiatan seperti CSR maka hal ini bisa dianggap sebagai kebijakan yang tepat untuk dilaksanakan (Saputra, 2016).

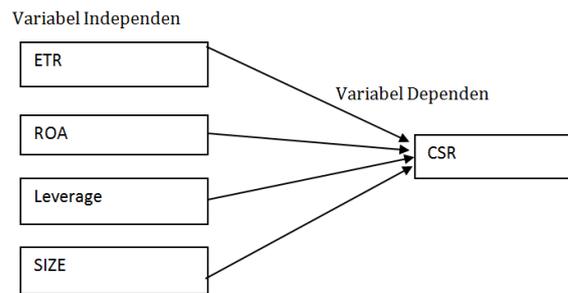
H3 : *Leverage* berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility (CSR)*.

2.10 Pengaruh *Size* (Ukuran Perusahaan) Terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Aset yang dimiliki oleh perusahaan juga juga menunjukkan besar atau kecilnya ukuran suatu perusahaan (Rahayu dan Darmawan, 2017). Besar atau kecilnya suatu entitas atau perusahaan bisa berpengaruh terhadap kemampuan manajemen perusahaan untuk mengelola perusahaan dalam berbagai situasi yang dihadapi. Perusahaan dengan skala besar lebih kaya pengalaman dalam pengelolaan kegiatan operasinya juga lebih matang dalam mengelola strategi untuk keberlangsungan

usahanya termasuk dengan strategi penghematan pajaknya. Suatu perusahaan yang besar condong untuk memberikan lebih banyak laporan data dibandingkan dengan perusahaan kecil sebab perusahaan besar menghadapi resiko politis yang lebih besar dari pada perusahaan kecil. Sari dan Rani (2015) berpendapat jika estitas yang besar tidak bisa lepas dari suatu tekanan politis untuk pertanggungjawaban sosialnya.

H4 : *Size* berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility (CSR)*



Gambar 1 Kerangka Pemikiran Teoritis

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini populasi yang diambil yaitu perusahaan Manufaktur yang terdata di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2019. Sampel yang diambil yaitu perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019 yang mempublikasikan laporan keuangan selama periode 2015-2019, melakukan pengungkapan CSR dan memiliki laba atau keuntungan yang positif selama periode penelitian tersebut. Sampel dipilih dengan metode purposive sampling dan data yang digunakan adalah Data Sekunder.

3.2 Definisi Operasional Variabel

a. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

CSR atau *Corporate Social Responsibility* adalah wujud perhatian perusahaan yang diberikan secara konsisten untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan kesejahteraan umum (Susiloadi, 2008). Indikator yang dalam penelitian ini diadopsi

dari indikator dalam penelitian Utari dan Rohma (2015). *Check list* penelitian yaitu dengan metode pencocokan item pada *check list* dengan item yang diungkapkan perusahaan pada laporan keuangan tahunannya. Indikator dalam penelitian ini digunakan di Indonesia oleh Sembiring (2005) dalam penelitiannya dimana pengungkapan CSR bersifat lebih umum dan belum rinci karena hal ini lebih sesuai dengan kondisi di Indonesia. Indikator yang dimaksud terdiri dari tujuh kategori berupa lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum. Berikut rumus untuk pengungkapan CSR :

$$TCSRli = \frac{\sum x_{vi}}{ni}$$

b. Agresivitas pajak

Agresivitas pajak adalah aktivitas manajerial perusahaan yang dilakukan untuk meminimalkan beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan. Proksi untuk mengukur agresivitas pajak dalam penelitian ini yaitu *Effective Tax Rates* (ETR) sebab proksi ini menjadi proksi yang paling sering digunakan dalam riset tentang agresivitas pajak (Oktaviana dan Rohman, 2014). Nilai ETR perusahaan yang semakin rendah menunjukkan semakin tinggi agresivitas pajak perusahaan. Perhitungan proksi ETR yaitu sebagai berikut :

$$ETR = \frac{\text{beban pajak penghasilan}}{\text{laba sebelum bunga \& pajak (EBIT)}}$$

c. Return On Assets

ROA mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan melakukan pengembalian aset atau memperoleh keuntungan dari usaha yang dilakukannya. Dalam penelitian ini ROA mengukur seberapa besar tingkat profitabilitas perusahaan (Arfiyanto dan Ardiyanto, 2015). ROA dihitung sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Pendapatan sebelum pajak}}{\text{Total aset}}$$

d. Leverage

Leverage adalah ketergantungan perusahaan terhadap modal yang dipinjam untuk membiayai aktivitas operasinya. Rasio *leverage* digunakan oleh manajer sebagai patokan untuk mengambil keputusan pendanaan untuk operasi perusahaan. Menurut Oktaviana dan Rohman (2014) ini dihitung dengan mengukur proporsi total hutang jangka panjang terhadap total aset yang dimiliki oleh perusahaan

$$Lev = \frac{\text{Hutang jangka panjang}}{\text{Total aset}}$$

e. Size

Total aset yang dimiliki oleh perusahaan akan menggambarkan besar atau kecilnya suatu perusahaan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson (2013) ukuran perusahaan dapat diukur menggunakan logaritma natural total aset yang rumusnya adalah seperti berikut ini :

$$Sn = Ln \text{ Total Aset}$$

3.3 Metode Analisis Data

Untuk analisis data penelitian ini ujian yang digunakan adalah uji Statistik deksrifitif, Uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas data, uji heterokedastisitas, uji multikolinearitas, dan uji autokorelasi serta analisis regresi berganda dalam pengujian hipotesis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Uji

a. Uji Simultan F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regress ion	,135	4	,034	7,203	,000 ^b
	Residua l	,360	77	,005		
	Total	,495	81			

a. Dependent Variable: CSR
 b. Predictors: (Constant), SIZE, ROA, ETR, LEV.

Dari uji statistik F pada tabel 4.8 dapat diambil kesimpulan bahwa hasil uji F sebesar 7,203 dengan probabilitas 0,0000. Dengan demikian hasil menunjukkan bahwa variabel independen ETR dan variabel kontrol (ROA, *Leverege*, *Size*) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel

dependen yang ada yaitu CSR. Hal ini disebabkan karena nilai probabilitas dalam yang ada lebih kecil dari 0,05.

b. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji T)

Tabel 3
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,133	,100		1,319	,000
ETR	-,047	,415	-,012	2,114	,036
ROA	,365	,129	,299	2,825	,006
LEV.	,463	,130	,435	3,552	,001
SIZE	-,001	,001	-,076	-,624	,535

a. Dependent Variable: CSR

c. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,465 ^a	,216	,171	,35185

Dari tabel 4 untuk model *summary* hasilnya nilai *adjusted R²* sebesar 0,171. Dengan ini dapat disimpulkan jika hanya 17,1% variasi variabel independen (ETR, ROA, *Leverage*, *Size*) dapat menjelaskan terhadap variasi variabel dependen (CSR). Sementara sisanya yang sebanyak 82,9% dipengaruhi variabel lain tidak ada dalam model penelitian ini.

4.2 Pembahasan

a. Hipotesis Pertama

Setelah dilakukan hasil uji hipotesis ditunjukkan bahwa agresivitas pajak berdampak positif terhadap CSR. Dapat dilihat pada tabel 4.9 ditunjukkan bahwa nilai ETR yaitu sebesar -0,047 dengan nilai t hitung sebesar -2,114 dan signifikansi sebesar 0,036. Maka dapat dikatakan bahwa agresivitas pajak (ETR) berpengaruh positif terhadap CSR yang artinya H1 diterima. Hal ini ditandai dengan tanda negatif pada koefisien variabel ETR adalah tanda bahwa untuk perusahaan yang agresif pajak yang artinya ada hubungan positif antara agresivitas pajak dengan CSR atau karena

konsep agresivitas pajak berkebalikan dengan ETR sehingga agresivitas pajak dikatakan berpengaruh positif pada CSR.

Berdasarkan hasil yang didapatkan dalam penelitian ini perusahaan yang memiliki agresivitas pajak yang tinggi akan cenderung mengungkapkan informasi CSR yang lebih besar. Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arfiyanto dan Ardiyanto (2015) yang menyatakan bahwa agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap CSR.

b. Hipotesis Kedua

Berdasarkan hasil pada tabel uji t ROA memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,006. Hasil ini berarti ROA sebagai variabel kontrol berpengaruh positif signifikan terhadap CSR pada $\alpha=5\%$ dan ini berarti bahwa H2 diterima. Suatu perusahaan dengan profit tinggi memungkinkan perusahaan untuk mengungkapkan CSR lebih besar dengan mengalihkan beban kepada beban CSR. Tindakan tersebut mungkin disebabkan oleh CSR yang memiliki manfaat positif bagi perusahaan seperti perusahaan manufaktur yang pada hakikatnya kegiatan operasionalnya berpengaruh terhadap lingkungan sekitarnya. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian dari Sari dan Rani (2013) yang menyatakan bahwa ROA berpengaruh secara positif signifikan terhadap CSR.

c. Hipotesis Ketiga

Uji Hipotesis yang dilakukan pada penelitian ini menunjukkan hasil variabel kontrol *Leverage* memiliki signifikansi pengaruh terhadap CSR pada $\alpha=5\%$. Hal ini dibuktikan dengan nilai tingkat signifikansi dari *Leverage* sebesar 0,001. Ini mengartikan bahwa H3 diterima.

Hasil pengujian dari hipotesis ini sejalan dengan teori yang penjelasan dari Sartono (2010) bahwa hutang adalah instrumen penting yang bisa meningkatkan nilai perusahaan apabila hutang tersebut dikelola dengan tepat. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh

Ivan (2015) dan Saputra (2016) yang menyatakan bahwa semakin besarnya hutang suatu perusahaan dapat mendorong manajemen untuk melakukan kegiatan produksi sekaligus meningkatkan jumlah pengungkapan *corporate social responsibility*.

d. Hipotesis Keempat

Hasil uji hipotesis variabel kontrol *size* menunjukkan signifikansi sebesar 0,535. Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel kontrol *size* tidak berpengaruh pada CSR pada $\alpha=5\%$.

Hal ini disebabkan karena besar atau kecilnya perusahaan pada sektor manufaktur ini tetaplah harus melakukan CSR sebab dalam kegiatan operasionalnya selalu berhubungan dengan lingkungan sekitar. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktaviana dan Rohman (2015) yang menyatakan bahwa *size* atau ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap CSR.

5. PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2018 maka dihasilkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Agresivitas pajak dengan proksi ETR berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).
2. *Return On Assets* (ROA) berpengaruh secara signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).
3. *Leverage* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).
4. *Size* tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

5.2 Saran

Berpedoman pada hasil penelitian ini dan kesimpulan yang telah disampaikan sebelumnya maka dapat direkomendasikan saran sebagai berikut :

1. Untuk peneliti selanjutnya model penelitian ini hanya menggunakan satu variabel independen

yaitu agresivitas pajak yang diporsksikan dengan ETR sehingga diharapkan dapat mencoba untuk menggunakan prksi lainnya untuk agresivitas pajak.

2. Untuk peneliti selanjutnya penulis menyarankan disarankan untuk mengembangkan vaktor lain yang berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan memperluas pengambilan sampel.

3. Bagi perusahaan harapannya untuk tidak berlaku agresif terhadap pajak sebab pajak merupakan sumber pemasukan yang sangat bermanfaat bagi pemerrintah dan juga masyarakat Indonesia.

Daftar Pustaka

- Ali, W., Frynas, J. G., & Mahmood, Z. (2017). Determinants Of Corporate Social Responsibility (Csr) Disclosure In Developed And Developing Countries: A Literature Review. *Corporate Social Responsibility And Environmental Management*, 24(4), 273- 294.
- Arfiyanto, Rizky; (2017) Ardiyanto, Moh Didik. Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Diponegoro Journal Of Accounting*, , 6.4: 133- 143.
- Asrarsani, Andi Mursyid. 2013, “ Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Csr Pada Perusahaan Perbankan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia”.
- Anggraini, Fr. Reni Retno. 2006. “Pengungkapan Informasi Sosial Dan Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial Dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris Pada Perusahaan-Perusahaan Yang Terdaftar Bursa Efek Jakarta)”. Makalah Disampaikan Pada Simposium Nasional Akuntansi Ix, Padang, 23-26 Agustus 2006.
- Budimanta, A. A. Prasetyo Dan B. Rudito. 2008. *Corporate Social Responsibility, Alternatif Bagi Pembangunan Indonesia*. Indonesia Center For Sustainability Development. Jakarta.
- Chariri, A. (2008). Kritik Sosial Atas Pemakaian Teori Dalam Penelitian Pengungkapan Sosial Dan Lingkungan. *Jurnal Maksi*, 8(2), 151- 169.

- O'donovan, G. (2000). Legitimacy Theory As An Explanation For Corporate Environmental Disclosures (Doctoral Dissertation, Victoria University Of Technology)
- Gamerschlag, R., Möller, K., & Verbeeten, F. (2011). Determinants Of Voluntary Csr Disclosure: Empirical Evidence From Germany. *Review Of Managerial Science*, 5(2-3), 233-262.
- Hidayat, Kholid; Ompusunggu, Arles P.; Suratno, H. Suratno H. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Insentif Pajak Sebagai Pemoderasi (Studi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bei). *Jiafe (Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi)*, 2018, 2.2: 39-58.
- Harsanti, P. (2011). Corporate Social Responsibility Dan Teori Legitimasi. *Jurnal Mawas. Universitas Muria Kudus*.
- Hackston, D. And Milne J. M. 1996. "Some Determinants Of Social And Environmental Disclosure In New Zealand Companies", *Accounting, Auditing And Accountability Journal* Vol. 18, No. 1, Pp 77-108
- Lanis, R., & Richardson, G. (2013). Corporate Social Responsibility And Tax Aggressiveness: A Test Of Legitimacy Theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. Lanis, Roman; Richardson, Grant. *Corporate Social Responsibility And Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis. Journal Of Accounting And Public Policy*, 2012, 31.1: 86-108.
- Lindawati, A. S. L., & Puspita, M. E. (2015). Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder Dan Legitimacy Gap Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6(1), 157-174.
- Mulyadi, M. (2011). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 128- 137.
- Naser, K, Al-Hussaini, A, Al-Kwari, D And Nuseibeh, R 2006, "Determinants Of Corporate Social Disclosure In Developing Countries: The Case Of Qatar", *Advances In International Accounting*, Vol. 19, Pp. 1- 33.
- Octaviana, Natasya Elma; Rohman, Abdul. Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Corporate Social Responsibility: Untuk Menguji Teori Legitimasi Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Dan Properti Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2012). 2014. Phd Thesis. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis. Penghindaran Pajak Munculkan Risiko Bagi Perusahaan 10 Oktober 2018, 16:03 Wib, Oleh: Gloria <https://Www.Ugm.Ac.Id/Id/Berita/17178-Penghindaran.Pajak.Munculkan.Risiko.Bagi.Perusahaan> Diakses Tanggal 12 April Jam 05;20
- Ratnasari, Y. Dan A. Prastiwi. 2010. "Pengaruh Corporate Governance Terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Di Dalam Sustainability Report". Undergraduate Thesis, Universitas Diponegoro. Rahayu, Miryati Putri; Darmawan, Jaka. Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Corporate Social Responsibility. In: *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya*. 2017. P. 541-558.
- Sembiring, R.A. 2005. "Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta". *Symposium Nasional Akuntansi* viii. Sikka, P. (2010), "Smoke And Mirrors: Corporate Social Responsibility And Tax Avoidance", *Accounting Forum*, Vol. 34 Nos 3-4, Pp. 153-68.
- Susiloadi, P. (2008). Implementasi Corporate Social Responsibility Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan. *Spirit Publik*, 4(2), 123- 130. Titisari, Kh, E. Suwardi, Dan D. Setiawan. 2010. Corporate Social Responsibility (Csr) Dan Kinerja Perusahaan.
- Titisari, Kh, E. Suwardi, Dan D. Setiawan. 2010. Corporate Social Responsibility (Csr) Dan Kinerja Perusahaan. *Symposium Nasional Akuntansi* xiii

- Utari, I. A., & Rohman, A. (2014). Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Corporate Social Responsibility: Untuk Menguji Teori Legitimasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011- 2013) (Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis). Watson, Luke. Corporate Social Responsibility, Tax Avoidance, And Tax Aggressiveness. Social Science Research Network, 2012.
- Wijaya, S. G. S., & Hadiprajitno, P. B. (2017). Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Pada Perusahaan Non-Kuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2013-2016). *Diponegoro Journal Of Accounting*, 6(4), 309-323.
- Yulyanah, Yulyanah, And Sri Yani Kusumastuti. "Tax Avoidance Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Dan Konsumsi Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017." *Media Ekonomi* 27.1 (2019): 17-36.
- Zimmerman, J.L. 1983. "Taxes And Firm Size". *Journal Of Accounting And Economics*, Vol. 5, Iss. 1, Pp. 119-149
- Widya Novita; Rani, Puspita. Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Wardhani, Rizky Amalia; Muid, Dul. Pengaruh Agresivitas Pajak, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2015). *Diponegoro Journal Of Accounting*, 2017, 6.3: 752-761.
- Yanti, Novi. Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Csr Pada Perusahaan Bumn Yang Listed Di Bei Periode 2012-2017. *Journal Of Economics And Management Scienties*, 2019, 2.2: 001-011.
- Andhari, P. A. S., & Sukartha, I. M. (2017). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Inventory Intensity, Capital Intensity Dan Leverage Pada Agresivitas Pajak. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 18(3), 2115-2142.
- Saputra, S. E. (2016). Pengaruh Leverage, Profitabilitas Dan Size Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Di Bursa Efek Indonesia. *Journal Of Economic And Economic Education*, 5(1), 75- 89.
- Munsaidah, S., Andini, R., & Supriyanto, A. (2016). Analisis Pengaruh Firm Size, Age, Profitabilitas, Leverage, Dan Growth Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (Csr) Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010- 2014. *Journal Of Accounting*, 2(2).
- Hastuti Widya. 2014. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan Dan Tipe Industri Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Social Perusahaan Dalam Laporan Tahunan. (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di Bei). *E-Journal Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Negeri Padang*.
- Putri, Rani Widiyasari Eko. 2013. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Universitas Brawijaya*. www.idx.com
www.sahamok.com