

Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak

Muniroh

Jurusan Manajemen, STIE Malangkececwara Malang
Jl. Terusan Candi Kalasan, Malang, 65142, Jawa Timur

Abstrak

Secara umum, penelitian ini menggunakan dua jenis variabel yaitu, variabel dependen dan variabel independen. Terdapat tiga variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, *corporate social responsibility*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini yaitu agresivitas pajak. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak di perusahaan manufaktur sector konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2018. Sektor konsumsi terdiri dari lima jenis yaitu: makanan dan minuman, rokok, farmasi, kosmetik dan barang keperluan rumah tangga, dan peralatan rumah tangga. Penelitian ini dilakukan sebanyak 43 perusahaan dimana 4 perusahaan tidak mempublikasikan laporan keuangan dan total perusahaan yang mengalami kerugian sebanyak 10 perusahaan. Data laporan tahunan yang tidak berhasil ditemukan oleh penelitian di website Bursa Efek Indonesia sebanyak 7 perusahaan. Sehingga diperoleh total 22 perusahaan dan dikalikan selama periode yang diteliti yaitu 2, dengan hasil 44 sampel penelitian. Proses penelitian sampel dilakukan dengan cara mengeliminasi perusahaan konsumsi yang tidak memenuhi kriteria. Pengukuran *corporate social responsibility* menggunakan 6 kategori yaitu ekonomi, lingkungan, ketenagakerjaan, kenyamanan bekerja, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab atas produk menurut standart GRI. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility*, profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak,

Kata Kunci: Agresivitas Pajak, *corporate social responsibility*, profitabilitas, ukuran perusahaan

Abstract

In general, this study uses two types of variables namely, dependent and independent variables. There are three independent variables used in this study, namely, *corporate social responsibility*, profitability, and company size. While the dependent variable in this study is tax aggressiveness. In this study aims to determine the effect of *corporate social responsibility*, profitability and company size on tax aggressiveness in manufacturing sector manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2018. The consumption sector consists of five types: food and beverage, cigarettes, pharmaceuticals, cosmetics and household goods, and household appliances.

This research was conducted as many as 43 companies in which 4 companies did not publish financial statements and a total of 10 companies suffered losses. Annual report data that was not found by research on the Indonesia Stock Exchange website were 7 companies. So that a total of 22 companies is obtained and multiplied during the period under study is 2, with the results of 44 research samples. The sample research process is carried out by eliminating consumption companies that do not meet the criteria. The measurement of corporate social responsibility uses 6 categories, namely economy, environment, labor, work comfort, human rights, society, and product responsibility according to GRI standards. The results of this study indicate that corporate social responsibility, profitability and company size have a positive effect on tax aggressiveness,

Keywords: *tax aggressiveness, Corporate Social Responsibility, Profitability, Company Size.*

PENDAHULUAN

Agresivitas pajak merupakan suatu usaha perusahaan untuk mengurangi biaya pajak yang harus dibayarkan. Semakin agresif suatu perusahaan dalam hal perpajakan maka perusahaan tersebut kurang peduli terhadap lingkungan. Perusahaan bisa melakukan agresivitas pajak dengan cara *corporate social responsibility*, profitabilitas dan ukuran perusahaan, karena hal tersebutlah yang dapat mempengaruhi perusahaan dalam besar kecilnya dalam membayar pajak, dengan besar kecilnya perusahaan tersebut dapat mempengaruhi seberapa besar perusahaan memperoleh pendapatan (profitabilitas), karena pendapatan yang besar maka akan mempengaruhi perusahaan dalam memiliki jumlah aset yang lebih besar, lalu kepemilikan aset yang besar bagi perusahaan dapat menimbulkan biaya yang dapat menambah atau mengurangi laba sebelum pajak, dengan besarnya pendapatan yang diperoleh yang akan dapat digunakan untuk menutup tingkat utang perusahaan. Sehingga laba dapat menurun dan berpengaruh terhadap pembayaran pajak. Perusahaan yang melakukan *agresivitas pajak*, berarti perusahaan tersebut telah turut serta meningkatkan kegiatan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan sosial.

Dilihat dari aspek ekonomi, perusahaan harus menghasilkan laba yang sebesar-besarnya, sedangkan dilihat dari aspek sosial, perusahaan harus ikut serta dalam membangun lingkungan masyarakat, karena perusahaan tidak hanya dituntut untuk menghasilkan laba tetapi juga dapat berjalan delaras dengan lingkungan sekitarnya. Berdasarkan hal tersebut di atas, maka judul penelitian ini yaitu “Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap *Agresivitas Pajak*”. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap *agresivitas pajak*, untuk mengetahui pengaruh rasio profitabilitas terhadap *agresivitas pajak* dan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap *agresivitas pajak*.

TELAAH PUSTAKA

Sesuai Undang-Undang No. 28 Tahun 2007 “Kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya untuk kemakmuran rakyat.” Hlaing (2012) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai kegiatan perencanaan pajak dimana semua

perusahaan yang terlibat dalam usaha untuk mengurangi tingkat pajak yang efektif. Slemrod (2004) dalam Balakrishnan, et. Al., (2011) mengatakan bahwa *agresivitas pajak* merupakan kegiatan yang lebih spesifik, yaitu mencakup transaksi yang tujuan utamanya adalah untuk menurunkan kewajiban pajak perusahaan. Balakrishnan, et. Al., (2012) mengatakan bahwa perusahaan yang agresif terhadap pajak ditandai dengan transparansi yang lebih rendah.

Ada berbagai macam proksi pengukuran *agresivitas pajak* yaitu: *Effective Tax Rates* (ETR), *Unrecognized Tax Benefit*, *Tax Shelter Activity*, dan *Marginal Tax Rate*. Rego dan Wilson (2008) menyatakan bahwa tidak ada proksi *agresivitas pajak* yang dapat menangkap secara sempurna adanya *agresivitas pajak*. Beberapa peneliti seperti, Timothy (2010), Balakrishnan, dkk (2011), serta Lanis dan Richardson (2012) menggunakan proksi ETR untuk mengukur *agresivitas pajak*. Lanis dan Richardson (2012) mengatakan bahwa terdapat beberapa alasan menggunakan ETR sebagai proksi untuk mengukur *agresivitas pajak*.

Proksi ETR adalah proksi yang paling banyak digunakan dalam literatur, dan nilai yang rendah dari ETR yang dapat menjadi indikator adanya *agresivitas pajak*. Perusahaan yang menghindari pajak dengan mengurangi penghasilan kena pajak dengan tetap menjaga laba akuntansi keuangan yang memiliki nilai ETR yang lebih rendah. Dengan demikian ETR dapat digunakan untuk mengukur *agresivitas pajak*.

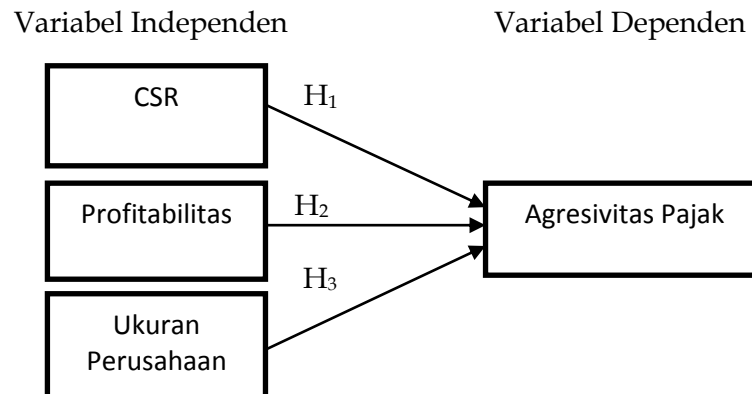
Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen suatu perusahaan untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan (Hendrik Budi, 2008:1). Dalam hal ini, *corporate social responsibility* merupakan bentuk timbal balik terhadap masyarakat sekitar terhadap aktivitas operasi perusahaan agar mendapat respon baik dari masyarakat. Implementasi *corporate social responsibility* merupakan suatu wujud komitmen yang dibentuk oleh perusahaan untuk memberikan kontribusi pada peningkatan kualitas kehidupan (Susiloadi, 2008). *Corporate social responsibility* digunakan perusahaan agar unggul dari para pesaing, jika dapat menerapkan *corporate social responsibility* dengan baik. Jika perusahaan telah menerapkan *corporate social responsibility* maka perusahaan pesaing terpaksa harus menerapkan *corporate social responsibility*, agar loyalitas konsumen tidak terancam dan berpindah pada perusahaan lain yang menerapkan *corporate social responsibility* terlebih dahulu.

Dengan penelitian sebelumnya mengenai keterkaitan antara *corporate social responsibility* dan *Agresivitas Pajak* yaitu, Watson menguji bahwa hubungan *corporate social responsibility* dengan *agresivitas pajak* dengan hasil bahwa *corporate social responsibility* mempunyai efek mengurangi tingkat *agresivitas pajak* perusahaan. Sedangkan Lanis dan Richardson (2012) meneliti hubungan *corporate social responsibility* dengan *agresivitas pajak* dengan *Effective Tax Rate* (ETR) sebagai alat ukur *agresivitasnya*, yang menunjukkan semakin tinggi *corporate social responsibility* suatu perusahaan, maka semakin rendah *agresivitas pajak* yang dilakukan. Sedangkan menurut Yoehana (2013) dan Pradnyadari (2015) menganalisis hubungan *corporate social responsibility* dengan *agresivitas pajak*, dengan hasil *corporate social responsibility* dan *agresivitas pajak* saling berkebalikan atau berpengaruh negatif, karena semakin tinggi kegiatan dan pengungkapan *corporate social responsibility*, maka perusahaan dianggap peduli terhadap lingkungan dan tidak akan melakukan *agresivitas pajak*.

Rasio profitabilitas adalah rasio atau perbandingan untuk mengetahui kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba dari pendapatan terkait penjualan, aset dan ekuitas berdasarkan dasar pengukuran tertentu. Jenis-jenis rasio profitabilitas dipakai untuk

memperlihatkan seberapa besar laba atau keuntungan yang diperoleh dari kinerja suatu perusahaan yang mempengaruhi catatan atas laporan keuangan yang harus sesuai dengan standar akuntansi keuangan. Salah satu rasio profitabilitas adalah *Return On Asset* (ROA).

Sujianto (2001:37) mengatakan ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva dan jumlah penjualan. Semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin besar usaha yang dilakukan perusahaan untuk menarik perhatian masyarakat.



Gambar 1.
Model Konseptual Penelitian

Berdasarkan gambar 1 dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menguji pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap *agresivitas pajak* perusahaan. Penelitian ini menggunakan variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen yang digunakan adalah *agresivitas pajak*, yang diukur dengan proksi ETR, sedangkan variabel independen yang digunakan yaitu *corporate social responsibility* yang diukur menggunakan proksi *corporate social responsibility*, profitabilitas yang diukur dengan proksi ROA, dan ukuran perusahaan yang diukur dengan proksi size.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Agresivitas Pajak*

Perusahaan merupakan salah satu wajib pajak yang memiliki kewajiban untuk membayar pajak kepada negara dimana tempat perusahaan tersebut beroperasi. Dengan membayar pajak, perusahaan telah berkontribusi dalam mewujudkan pembangunan nasional guna kesejahteraan masyarakat luas. Menurut Harari, et.al (2012) dalam Yoehana (2013) menyatakan bahwa masyarakat memandang pajak sebagai deviden yang dibayarkan perusahaan kepada masyarakat sebagai imbal jadi pengguna sumber daya yang ada. Sesuai dengan teori legitimasi, perusahaan sebaiknya meyakinkan masyarakat bahwa kegiatan yang dilakukan dapat diterima oleh masyarakat. Salah satunya dengan taat membayar pajak sesuai dengan ketentuan dan tarif yang berlaku, tanpa melakukan tindakan *agresivitas pajak* yang dapat merugikan banyak pihak. Dengan membayar pajak sesuai dengan ketentuan dan tarif berlaku berarti, perusahaan telah berusaha membuat hubungan yang baik dengan pemerintah sebagai pengepul pajak.

Corporate social responsibility juga dapat dikatakan sebagai salah satu bentuk hubungan komunikasi perusahaan dengan masyarakat. Hubungan ini bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat agar perusahaan memiliki *image positif* dari masyarakat.

Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa sebuah perusahaan yang melakukan tindakan *agresivitas pajak* maka dapat disebut sebagai perusahaan yang tidak bertanggung jawab secara sosial. Keputusan perusahaan untuk mengurangi kewajiban perpajakannya dapat dipengaruhi atau berkaitan dengan sikap perusahaan terhadap *corporate social responsibility*, sebagai pertimbangan legalitas dan etika yang lebih mendatar. Menurut William (2007) dalam Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa sulit untuk membedakan *corporate social responsibility* yang dilakukan untuk motif altruistic dengan *corporate social responsibility* yang dilakukan untuk tujuan keuntungan perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson (2012) telah menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan maka perusahaan akan semakin menghindari adanya tindakan agresivitas pajak. Oleh karena itu, hipotesis penelitian ini yaitu:

H₁ : *Corporate Social Redpondibility* berpengaruh terhadap *Agresivitas Pajak*

Pengaruh Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari kegiatan yang dilakukan perusahaan. Menurut Rodriguez dan Arias (2012) mengatakan bahwa hubungan antara profitabilitas dan ETR bersifat langsung dan signifikan. Pendapatan yang diperoleh perusahaan cenderung berbanding lurus dengan pajak yang dibayarkan, sehingga semakin besar keuntungan yang diperoleh perusahaan maka semakin tinggi juga beban pajak yang harus ditanggung perusahaan.

Perusahaan yang memiliki keuntungan yang besar cenderung dianggap berhasil dalam pengelolaan manajemennya dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pemilik perusahaan. Perusahaan yang memiliki kemampuan untuk menghasilkan keuntungan yang besar juga harus siap dengan pajak yang harus dibayarkan sesuai dengan kewajibannya. Menurut penelitian Rodriguez dan Arias (2012) menyebutkan bahwa ada hubungan positif antara profitabilitas dengan ETR.

Setiap perusahaan mempunyai keinginan untuk memaksimalkan laba yang diperoleh. Namun perusahaan juga berkewajiban dalam pembayaran pajak. Sesuai dengan teori sebelumnya semakin besar profitabilitas maka semakin besar juga ETR, maka dapat disimpulkan bahwa semakin besar profitabilitas yang diperoleh perusahaan, maka perusahaan akan mengurangi tindakan agresivitas pajak, karena perusahaan yang memiliki profitabilitas besar akan terlihat dalam laporan keuangan dan tentunya memiliki beban pajak yang lebih besar yang harus dibayarkan. Maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H₂ : Profitabilitas berpengaruh terhadap *Agresivitas Pajak*

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak

Ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai suatu skala dimana perusahaan diklasifikasikan besar atau kecil dari berbagai sudut pandang, salah satunya dinilai dari besar kecilnya aset yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan dapat menentukan besar kecilnya aset yang dimiliki perusahaan tersebut, semakin besar aset yang dimiliki atau diharapkan maka semakin meningkatkan produktifitas perusahaan. Peningkatan produktifitas akan menghasilkan laba yang semakin besar dan tentunya akan mempengaruhi besarnya pajak yang harus dibayarkan perusahaan.

Aset yang dimiliki perusahaan berhubungan dengan ukuran perusahaan, karena semakin besar aset yang dimiliki maka semakin besar pula perusahaan tersebut. Tetapi setiap tahun aset akan mengalami penyusutan yang dapat mengurangi laba bersih yang diterima perusahaan, sehingga besarnya beban pajak juga akan mengalami pengurangan

seiring dengan penyusutan tersebut. Lanis dan Richardson (2007) dalam Ardyansyah (2014) menyatakan bahwa semakin besar sebuah perusahaan maka akan semakin rendah ETR yang dimiliki perusahaan tersebut.

Dari kesimpulan sebelumnya menyatakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka semakin kecil ETR, yang berarti semakin besar ukuran perusahaan maka perusahaan tersebut dapat melakukan tindakan *agresivitas pajak*, karena semakin kecil ETR disebabkan oleh kecilnya beban pajak yang dinyatakan dibandingkan laba sebelum pajak yang diperoleh perusahaan. *Agresivitas pajak* dapat terjadi karena perusahaan yang besar memiliki ruang yang lebih besar untuk perencanaan pajak dengan tujuan menurunkan ETR, menurut penelitian Rodriguez dan Arias (2012). Maka dapat disimpulkan dalam hipotesis sebagai berikut:

H₃ : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap *Agresivitas Pajak*

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian dengan menggunakan data kuantitatif, yang berupa angka dan dapat diukur serta diuji dengan metode statistik. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keuangan non-perusahaan yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017 sampai tahun 2018. Data yang diambil atau diperoleh melalui situs resmi BEI yaitu www.idx.co.id.

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh perusahaan non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017 sampai tahun 2018. Perusahaan non-keuangan ini dipilih karena mencakup tiga jenis umum suatu perusahaan mewakili keseluruhan perusahaan yang ada di Indonesia, yaitu: perusahaan manufaktur, perusahaan dagang, dan perusahaan jasa. Dalam penelitian ini perusahaan yang diambil yaitu perusahaan manufaktur, dibidang sektor konsumsi yang ada di Indonesia.

Pengukuran ini dilakukan dengan cara mencocokkan item pada *check list* dengan item yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Apabila item y diungkapkan maka diberi nilai 1, jika item y tidak diungkapkan maka diberi nilai 0. Setelah memberi nilai pada setiap item, maka *corporate social responsibility* dapat dihitung dengan proksi CSR, yang menggunakan rumus sebagai berikut:

$$CSR = \frac{\sum Xy1}{ni}$$

$\sum Xy1$: Nilai = 1 (Jika item y diungkapkan)

0 (Jika item y tidak diungkapkan)

Ni : Jumlah item perusahaan i, ni = 91

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan atau laba rugi bagi perusahaan dari total aset yang dimiliki. Penelitian ini menggunakan *return on asset* (ROA) sebagai proksi mengukur profitabilitas suatu perusahaan. Menurut Lanis dan Richardson (2012) profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Ukuran perusahaan merupakan salah satu karakteristik perusahaan yang merupakan variabel penduga dan banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Ukuran perusahaan menggambarkan seberapa besar

aset yang dimiliki perusahaan. Menurut Lanis dan Richardson (2013) ukuran perusahaan dapat diukur dengan *natural logaritma* dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Size} &= \text{Total Aktiva} + \text{Total Penjualan} \\ &= \text{Log} (\text{Total Aset})\end{aligned}$$

Variabel dependen adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen digunakan dalam penelitian ini adalah agresifitas pajak. Agresifitas pajak itu sendiri adalah upaya perusahaan untuk meminimalkan beban pajak yang harus dibayarkan dengan cara legal, ilegal, atau dua-duanya. Agresifitas pajak diukur dengan menggunakan proksi *effective tax rate* (ETR). Seperti Lanis dan Richardson (2012) jenis yang digunakan sebagai proksi *effective tax rate* dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Effective tax rate menggambarkan persentase total beban pajak penghasilan yang dibayarkan perusahaan dari keseluruhan laba bersih sebelum pajak yang diperoleh perusahaan. Lanis dan Richardson (2012) mengatakan bahwa *effective tax rate* yang rendah menunjukkan adanya agresifitas pajak.

Model analisis yang digunakan dalam menguji hipotesis penelitian ini yaitu menggunakan model regresi linier berganda. Variabel dependen yaitu agresifitas pajak dengan *effective tax rate* (ETR), sedangkan variabel independen terdiri dari *corporate social responsibility* (CSR), ukuran perusahaan (Size), dan profitabilitas (ROA). Regresi linier berganda yang dilakukan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{TAG}_{it} = \alpha_0 + \beta_1 \text{CSR} + \beta_2 \text{Size} + \beta_3 \text{ROA} + e$$

Keterangan:

TAG_{it} : Agresifitas pajak perusahaan I tahun ke-t yang diukur dengan menggunakan proksi ETR

α_0 : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien Regresi

CSR : Pengungkapan item *corporate social responsibility*

ROA : *Return On Asset*

Size : Ukuran Perusahaan

E: *error* (kesalahan pengganggu)

Uji Signifikansi Simulan (Uji F)

Menurut Ghozali (2011) pada dasarnya uji statistik F menunjukkan bahwa semua variabel independennya mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji ini menggunakan *quick look* yang berarti H_0 dapat ditolak pada derajat kepercayaan 5%, apabila nilai F lebih besar daripada 4 dan membandingkan nilai F dihitung dengan F tabel yang berarti apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan menerima H_A .

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Model analisis yang digunakan dalam menguji hipotesis penelitian ini yaitu menggunakan model regresi linier berganda. Variabel dependen yaitu, agresifitas pajak

dengan *effective tax rate* (ETR), sedangkan variabel independen terdiri dari *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas.

Tabel 1.
Hasil Pengujian Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-0,994	0,233		-4,276 ,000
	CSR	0,581	0,262	,283	2,221 ,032
	PROFITABILITAS	0,494	0,121	,510	4,077 ,000
	UKURAN PERUSAHAAN	0,025	0,008	,390	3,061 0,004

a. Dependent Variable : AGRESIVITAS PAJAK

Sumber: Output SPSS

Hasil persamaan regresi antara *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas disajikan sebagai berikut:

$$TAG_{it} = \alpha_0 + \beta_1 CSR + \beta_2 SIZE + \beta_3 ROA + e$$

$$TAG_{it} = -0,994 + 0,581 CSR + 0,025 SIZE + 0,494 ROA + e$$

Dimana : TAG_{it} = Agresifitas Pajak

α_0 = Konstanta

$\beta_1 CSR$ = Koefisien regresi *corporate social responsibility*

$\beta_2 SIZE$ = Koefisien regresi ukuran perusahaan

$\beta_3 ROA$ = Koefisien regresi profitabilitas

e = standar error

Tabel 2.
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.642 ^a	0,412	0,367	0,13502

a. Predictors : (Constant), PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, CSR

Sumber: Output SPSS

Dari tabel 2 bisa diperoleh informasi tentang besarnya pengaruh dari seluruh variabel X terhadap variabel dependen. Uji R^2 dilakukan sebagai perbandingan akurasi pengaruhnya. Dari tabel tersebut juga menunjukkan bahwa nilai R square (R^2) sebesar 0,412 yang menjelaskan bahwa faktor-faktor *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas mampu menjelaskan variabilitas Agresifitas Pajak sebesar 41,2%. Sedangkan besar pengaruh terhadap Agresifitas Pajak yang ditimbulkan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti yaitu sebesar 58,2%

Pembahasan

Pengaruh CSR terhadap Agresivitas Pajak

Corporate social responsibility merupakan komitmen suatu perusahaan untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggungjawab social perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, social dan lingkungan (Hendrik Budi, 2008:1). Dalam hal ini *corporate social responsibility*, merupakan bentuk timbal balik terhadap masyarakat sekitar terhadap aktivitas operasi perusahaan agar mendapat respon baik dari masyarakat.

Berdasarkan hasil uji statistik *t* yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,032 < 0,05$ dengan koefisien regresi sebesar 2,221. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kegiatan perusahaan terkait dengan *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap *agresivitas pajak* pada perusahaan manufaktur sektor konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2017-2018. Hal ini berarti bahwa *corporate social responsibility* mempunyai efek mengurangi tingkat agresivitas pajak suatu perusahaan. Jadi perusahaan sangat menyadari pentingnya kontribusi perusahaan dalam membayar pajak bagi masyarakat umum. Perusahaan yang menjalankan perpajakan yang tidak sesuai dengan *corporate social responsibility* maka dapat menyebabkan gangguan *sustainability* dan *image* buruk bagi perusahaan tersebut dan disebut sebagai perusahaan yang tidak bertanggung jawab secara social, maka dari itu perusahaan yang baik adalah perusahaan yang melakukan *corporate social responsibility*, karena sebagai tanggung jawab kepada masyarakat dan lingkungan social. Menurut Lanis dan Richardson (2012) dalam penelitiannya telah menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan, maka perusahaan akan semakin menghindari adanya tindakan *agresivitas pajak*.

Implementasi *corporate social responsibility* merupakan suatu wujud komitmen yang dibentuk oleh suatu perusahaan untuk memberikan kontribusi pada peningkatan kualitas kehidupan (Susilohadi, 2008). *Corporate social responsibility* ini digunakan perusahaan agar unggul dari para pesaing, jika dapat menerapkan *corporate social responsibility* dengan baik. Jika perusahaan telah menerapkan *corporate social responsibility* maka perusahaan pesaing terpaksa harus menerapkan *corporate social responsibility*, agar loyalitas konsumen tidak terancam dan berpihak kepada perusahaan lain yang menerapkan *corporate social responsibility* terlebih dahulu.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Profitabilitas merupakan indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan dengan laba yang dihasilkan. Laba tersebut dijadikan indikator oleh stakeholder untuk menilai sejauh mana kinerja manajemen mengelola perusahaan. Perusahaan mempunyai tingkat profitabilitas tinggi maka akan dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya, karena manajemen perusahaan dianggap berhasil menjalankan operasional perusahaan. Tetapi, jika perusahaan memiliki tingkat profitabilitas rendah maka investor cenderung tidak akan menanamkan modalnya.

Berdasarkan hasil uji statistik *t* yang menunjukkan signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, dengan koefisien regresi sebesar 4,077. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kinerja perusahaan terkait dengan *return on asset* berpengaruh positif signifikan terhadap *agresivitas pajak* pada perusahaan manufaktur sektor konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2018.

Profitabilitas merupakan faktor penentu beban pajak, karena perusahaan dengan laba yang lebih besar maka akan membayar pajak yang lebih besar juga, tetapi jika perusahaan dengan tingkat laba yang rendah maka akan membayar pajak yang lebih rendah atau bahkan tidak membayar pajak jika mengalami kerugian. Semakin besar keuntungan yang diperoleh suatu perusahaan, maka semakin tinggi juga beban pajak yang harus ditanggung perusahaan. Perusahaan yang memiliki keuntungan yang besar cenderung dianggap berhasil dalam pengelolaan manajemennya dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pemilik perusahaan. Sedangkan perusahaan yang memiliki kemampuan untuk menghasilkan keuntungan yang besar juga harus siap dengan pajak yang harus dibayarkan sesuai dengan kewajibannya. Menurut penelitian ini menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara profitabilitas dengan *agresivitas pajak*. Berdasarkan teori akuntansi positif, perusahaan yang memiliki laba yang tinggi akan mendapat perhatian lebih dari konsumen dan media masa. Hak tersebut akan menarik perhatian pemerintah dan menyebabkan biaya politis yaitu pengenaan pajak yang lebih tinggi serta berbagai tuntutan lain. Jadi dengan semakin banyaknya laba yang diperoleh perusahaan maka semakin besar pula tindakan *agresivitas pajak* yang dilakukan, karena perusahaan yang memiliki laba besar akan terlihat dalam laporan keuangan dan tentunya memiliki beban pajak yang lebih besar yang harus dibayar.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan dan rata-rata total aktiva. Berdasarkan hasil uji statistik *t* yang menunjukkan nilai signifikan sebesar $0,004 > 0,05$, dengan koefisien regresi sebesar 3,061. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap *agresivitas pajak* pada perusahaan manufaktur sektor konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2017-2018. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar asset yang dimiliki atau diharapkan maka semakin meningkatkan produktifitas perusahaan. Sehingga peningkatan produktifitas akan menghasilkan laba yang semakin besar dan tentunya akan mempengaruhi besarnya pajak yang harus dibayarkan oleh suatu perusahaan. Lanis dan Richardson (2007) dalam Ardyansyah (2014) menyatakan bahwa semakin besar sebuah perusahaan maka akan semakin rendah *effective tax rate* yang dimiliki perusahaan tersebut. Jadi semakin besar ukuran perusahaan maka perusahaan dapat melakukan tindakan *agresivitas pajak*, karena semakin kecil *effective tax rate* yang disebabkan oleh kecilnya beban pajak yang dibandingkan dengan laba sebelum pajak yang diperoleh perusahaan tersebut. *Agresivitas pajak* dapat terjadi karena perusahaan yang besar memiliki ruang yang lebih besar untuk perencanaan pajak dengan tujuan menurunkan *effective tax rate*, menurut Rodriguez dan Arias (2012).

IMPLIKASI PENELITIAN

Perusahaan sebaiknya disarankan untuk melakukan kegiatan *corporate social responsibility*, meningkatkan profitabilitas yang lebih tinggi lagi agar para investor tertarik untuk menanamkan modalnya, dan mempertahankan ukuran perusahaan tersebut. Karena dengan cara tersebut kegiatan *corporate social responsibility* akan menghindari tindakan *agresivitas pajak*, sedangkan untuk kegiatan profitabilitas dan ukuran perusahaan, perusahaan akan mempertahankan laba tersebut dengan *agresivitas pajak*.

Peneliti selanjutnya diharapkan mampu memperluas obyek penelitian dengan periode pengamatan untuk memperoleh sampel yang lebih banyak. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk mempertimbangkan dan menggunakan peubah

independen lainnya, seperti *leverage*, kepemilikan konstitusional, likuiditas yang diduga dapat berpengaruh terhadap *agresivitas pajak*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardyansah, Danis. (2014). *Pengaruh Size, Leverage, Profitabilitas, Capital Intensity Ratio dan Komisaris Independen terhadap Effective Tax Rate*.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/6110>
- Andriyanti. Elyana. N. (2007). *Pengaruh struktur aktiva, ukuran perusahaan dan operating leverage terhadap struktur modal pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta (BEJ)* <https://lib.unnes.ac.id/5999/1/3312X.pdf>
- Bursa Efek Indonesia, *Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi tahun 2017-2018*.
www.idx.co.id
- Habibulloh. T. (2018). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan*
<http://eprints.ums.ac.id/69081/1/NASKAH%20PUBLIKASI-20.pdf>
- Memahami corporate social responsibility
<https://accounting.binus.ac.id/2019/05/14/memahami-corporate-social-responsibility-csr/>
- Nugraha, Novia B. (2015). *Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, & Capital Intensity terhadap Agresivitas Pajak*.
- Octaviana. Natasha. E. (2014). *Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Corporate Social Responsibility: Untuk Menguji Teori Legitimasi*
<http://eprints.undip.ac.id/42891/1/OCTAVIANA.pdf>
- Pradnya, Dewa A. (2015). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Socuial Responsibility terhadap Agresivitas Pajak*.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/15464>
- Riswari. Dyah. A. & Cahyonowati. Nur (2012). *Pengaruh Corporate Ssocial Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Governance Sebagai Variabel Moderating: Studi Pada Perusahaan Publik Non Finansial Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia*.
<http://eprints.undip.ac.id/35704/1/Jurnal Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan CG sebagai Variabel Moderating.pdf>
- Sudarmadji, Ardi M, & Sularto Lana. (2007). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Tipe Kepemilikan Perusahaan terhadap Luas Voluntary Disclosure Laporan Keuangan Tahunan. Tanggungjawab Sosial Perusahaan*
https://id.wikipedia.org/wiki/Tanggung_jawab_sosial_perusahaan
- Undang-Undang No. 28 Tahun 2007, Direktorat Jendral Pajak.
- Wardhani. Rizky. A. & Muid. Dul. (2017). *Pengaruh Agresivitas Pajak, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility*
<https://media.neliti.com/media/publications/253035-pengaruh-agresivitas-pajak-ukuran-perusa-1093ade7.pdf>
- Widyaningrum. Yunita. (2015). *Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aktiva, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal Perusahaan*
http://eprints.uny.ac.id/19099/1/YunitaWidyaningrum_11408144073.pdf
- Yoehana, Maretta. (2013). *Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Agresivitas Pajak*.