

# **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI AGRESIVITAS PAJAK PERUSAHAAN MANUFAKTUR**

## **SKRIPSI**

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Akuntansi Syariah (S.Akun)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Akuntansi Syariah



Oleh:

Elok Muhibbatul Farida

NIM: E20173033

Dosen Pembimbing:

Agung Parmono, SE., M.Si

NIP.197512162009121002

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JANUARI 2021**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI AGRESIVITAS  
PAJAK PERUSAHAAN MANUFAKTUR**

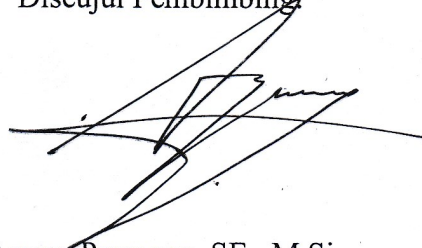
**SKRIPSI**

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Akuntansi Syariah (S.Akun)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Akuntansi Syariah

Oleh:

Elok Muhibbatul Farida  
NIM: E20173033

Diseujui Pembimbing



Agung Parmono, SE., M.Si  
NIP.197512162009121002

# FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI AGRESIVITAS PAJAK PERUSAHAAN MANUFAKTUR

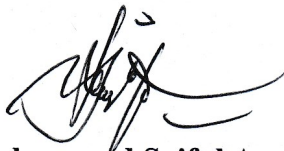
## SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana Akuntansi Syariah (S.Akun)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Akuntansi Syariah

Hari : Senin  
Tanggal : 11 Januari 2021

Tim Penguji:

Ketua



Muhammad Saiful Anam, M.Ag  
NIP.197111142003121002

Sekretaris



Ana Pratiwi, M.S.A  
NIP.198809232019032003

Anggota :

1. Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I
2. Agung Parmono, SE., M.Si



Menyetujui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Khandan Rifa'i, SE., M.Si.  
NIP.196808072000031002

## MOTTO

قَاتِلُوا الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَا بِالْيَوْمِ الْآخِرِ وَلَا يُحَرِّمُونَ مَا حَرَّمَ اللَّهُ  
وَرَسُولُهُ وَلَا يَدِينُونَ دِينَ الْحَقِّ مِنَ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ حَتَّى يُعْطُوا  
الْجِزْيَةَ عَنْ يَدٍ وَهُمْ صَاغِرُونَ ﴿٢٩﴾

Artinya: Perangilah orang-orang yang tidak beriman kepada Allah dan tidak (pula) kepada hari kemudian dan mereka tidak mengharamkan apa yang telah diharamkan oleh Allah dan Rasul-Nya dan tidak beragama dengan agama yang benar (agama Allah), (yaitu orang-orang) yang diberikan Al Kitab kepada mereka, sampai mereka membayar *jizyah* (pajak) dengan patuh sedang mereka dalam keadaan tunduk. (Qs. At-Taubah: 29)\*

IAIN JEMBER

---

\* Ahmad Hatta, *Tafsir Al-Qur'an*, (Jakarta: Maghfira Pustaka, 2011), 9: 29.

## PERSEMBAHAN

Dengan segenap rasa syukur dan kerendahan hati, karya yang sangat sederhana ini penulis persembahkan untuk:

1. Orang tua tercinta (Bapak Ahmad Kholil & Ibu Umatus Syafiah) yang telah membesarkan, mendidik dan senantiasa mendoakan anak-anaknya dengan penuh ketulusan dan kesabaran.
2. Adik saya tersayang (Ahmad Filki Alfa Hafidz) yang senantiasa membuat saya termotivasi untuk terus maju dan berkembang.
3. Seluruh keluarga yang selalu mendukung dan mendoakan saya.
4. Para guru serta dosen yang telah memberikan banyak ilmu hingga saat ini.
5. Sahabat-sahabat seperjuangan yang telah memberikan semangat, perhatian, doa dan telah mengajarkan banyak hal.
6. Almamater tercinta IAIN Jember

IAIN JEMBER

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah dan inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Faktor-faktor yang mempengaruhi Agresivitas Pajak Perusahaan Manufaktur” sebagai tugas akhir guna memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana (S1).

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tak lepas dari peran, bantuan dan dorongan yang diberikan oleh berbagai pihak kepada penulis. Oleh karena itu, dengan penuh hormat penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., MM selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
3. Bapak Daru Anondo, SE., M.Si selaku Ketua Prodi Akuntansi Syariah.
4. Bapak Toton Fanshurna, M.E.I selaku dosen penasehat akademik.
5. Bapak Agung Parmono, SE., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
6. Segenap Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.
7. Tim penguji IAIN Jember.
8. Kedua orang tua yang selalu mendoakan dan mendukung setiap langkah saya.

9. Sahabat serta teman-teman seperjuangan yang telah turut serta memberikan motivasi dan semangat terkait penyusunan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah berjasa dalam penyusunan skripsi ini..

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka dari itu saran dan kritik dari berbagai pihak senantiasa penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah wawasan, khususnya dalam bidang ilmu akuntansi syariah.

Jember, 11 November 2020

Penulis

**IAIN JEMBER**

## ABSTRAK

**Elok Muhibbatul Farida, Agung Parmono, 2021:** *Faktor-faktor yang mempengaruhi Agresivitas Pajak Perusahaan Manufaktur.*

Pajak merupakan salahsatu sumber pendapatan negara untuk melaksanakan kewajiban di berbagai sektor kehidupan guna mencapai kesejahteraan umum. Akan tetapi, dalam proses pemungutan pajak terdapat perbedaan kepentingan antara pemerintah dengan perusahaan. Pemerintah ingin terus mengoptimalkan penerimaan negara melalui pajak, lain halnya dengan perusahaan sebagai wajib pajak yang berusaha memperkecil jumlah pembayaran pajaknya dengan melakukan perencanaan pajak yang dikenal dengan tindakan agresivitas pajak. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi agresivitas pajak yakni pengungkapan *corporate social responsibility*, profitabilitas dan ukuran perusahaan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini: (1) Apakah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak? (2) Apakah Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak? (3) Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak? (4) Apakah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak?

Tujuan penelitian, yaitu: (1) Untuk menemukan bukti empiris pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak. (2) Untuk menemukan bukti empiris pengaruh Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak. (3) Untuk menemukan bukti empiris pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak. (4) Untuk menemukan bukti empiris pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan secara simultan terhadap Agresivitas Pajak.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian hipotesis. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019. Teknik pemilihan sampel dengan *purposive sampling* dan diperoleh sampel sebanyak 35 perusahaan. Teknik pengumpulan data menggunakan metode dokumentasi yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji F serta koefisien determinasi.

Hasil penelitian: (1) Pengungkapan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan manufaktur. (2) Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan manufaktur. (3) Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan manufaktur. (4) Pengungkapan *corporate social responsibility*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan manufaktur.

**Kata kunci:** Agresivitas Pajak, *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan



## ABSTRACT

**Elok Muhibbatul Farida, Agung Parmono, 2021:** *Factors that Affect The Tax Aggressiveness of Manufacturing Companies.*

Taxes are a source of state income to carry out obligations in many sectors of life in order to achieve public welfare. However, in the tax collection process there are differences in the interests between the government and companies. The government wants to continue to optimize state revenue through taxes, in contrast to companies as taxpayers who try to reduce the amount of their tax payments by implementing tax planning known as tax aggressiveness. There are several factors that can affect tax aggressiveness namely, disclosure of corporate social responsibility, profitability and company size.

The formulation of problem in this study: (1) Does disclosure of corporate social responsibility have a significant effect on tax aggressiveness? (2) Does Profitability have a significant effect on Tax Aggressiveness? (3) Does company size have a significant effect on tax aggressiveness? (4) Do CSR Disclosure, Profitability, and Company Size simultaneously have a significant effect on Tax Aggressiveness?

The research objectives: (1) To find empirical evidence of the disclosure of corporate social responsibility effect on tax aggressiveness. (2) To find empirical evidence of the profitability effect on tax aggressiveness. (3) To find empirical evidence of the firm size effect on tax aggressiveness. (4) To find empirical evidence of the disclosure of corporate social responsibility, profitability, and company size simultaneously effect on tax aggressiveness.

This research uses a quantitative approach with a type of hypothesis research. The objects used are manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2017-2019 period. Sample selection techniques with purposive sampling and obtained samples as much as 35 companies. Data collection techniques using the documentation methods obtained from the official website of Indonesia Stock Exchange. The data analysis used is descriptive statistical analysis, classical assumption test, multiple linear regression analysis, hypothesis testing using the t test and F test and the coefficient of determination.

The results (1) Disclosure of corporate social responsibility have no significant effect on tax aggressiveness manufacturing company. (2) Profitability have no significant effect on tax aggressiveness manufacturing company. (3) Company size have no significant effect on tax aggressiveness manufacturing company. (4) CSR Disclosure, Profitability, and Company Size simultaneously have no significant effect on tax aggressiveness manufacturing company.

**Keywords:** Tax Aggressiveness, Corporate Social Responsibility, Profitability, Company Size

## DAFTAR ISI

	<b>Hal</b>
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN .....	iii
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	9
1. Variabel Penelitian .....	9
2. Indikator Variabel .....	9
F. Definisi Operasional.....	11
G. Asumsi Penelitian .....	14
H. Hipotesis.....	16

I. Metode Penelitian.....	21
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	21
2. Populasi dan Sampel .....	22
3. Teknik Dan Instrumen Pengumpulan Data .....	23
4. Analisis Data .....	23
J. Sistematika Pembahasan .....	30
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN .....</b>	<b>32</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	32
B. Kajian Teori.....	40
1. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	40
2. Pengungkapan CSR ( <i>CSR Disclosure</i> ) .....	44
3. Indeks CSR.....	46
4. <i>Stakeholder Theory</i> .....	48
5. <i>Legitimacy Theory</i> .....	49
6. Profitabilitas .....	50
7. Ukuran Perusahaan.....	51
8. Pajak.....	51
9. Agresivitas Pajak.....	52
10. <i>Theory of Planned Behavior</i> .....	55
<b>BAB III PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS .....</b>	<b>58</b>
A. Gambaran Obyek Penelitian.....	58
B. Penyajian Data.....	61
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	64

D. Pembahasan.....	75
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>81</b>
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
1. Matrik Penelitian	
2. Pernyataan Keaslian Tulisan	
3. Surat Izin Penelitian	
4. Surat Keterangan Selesai Penelitian	
5. Jurnal Kegiatan Penelitian	
6. Output SPSS	
7. Biodata Penulis	

**IAIN JEMBER**

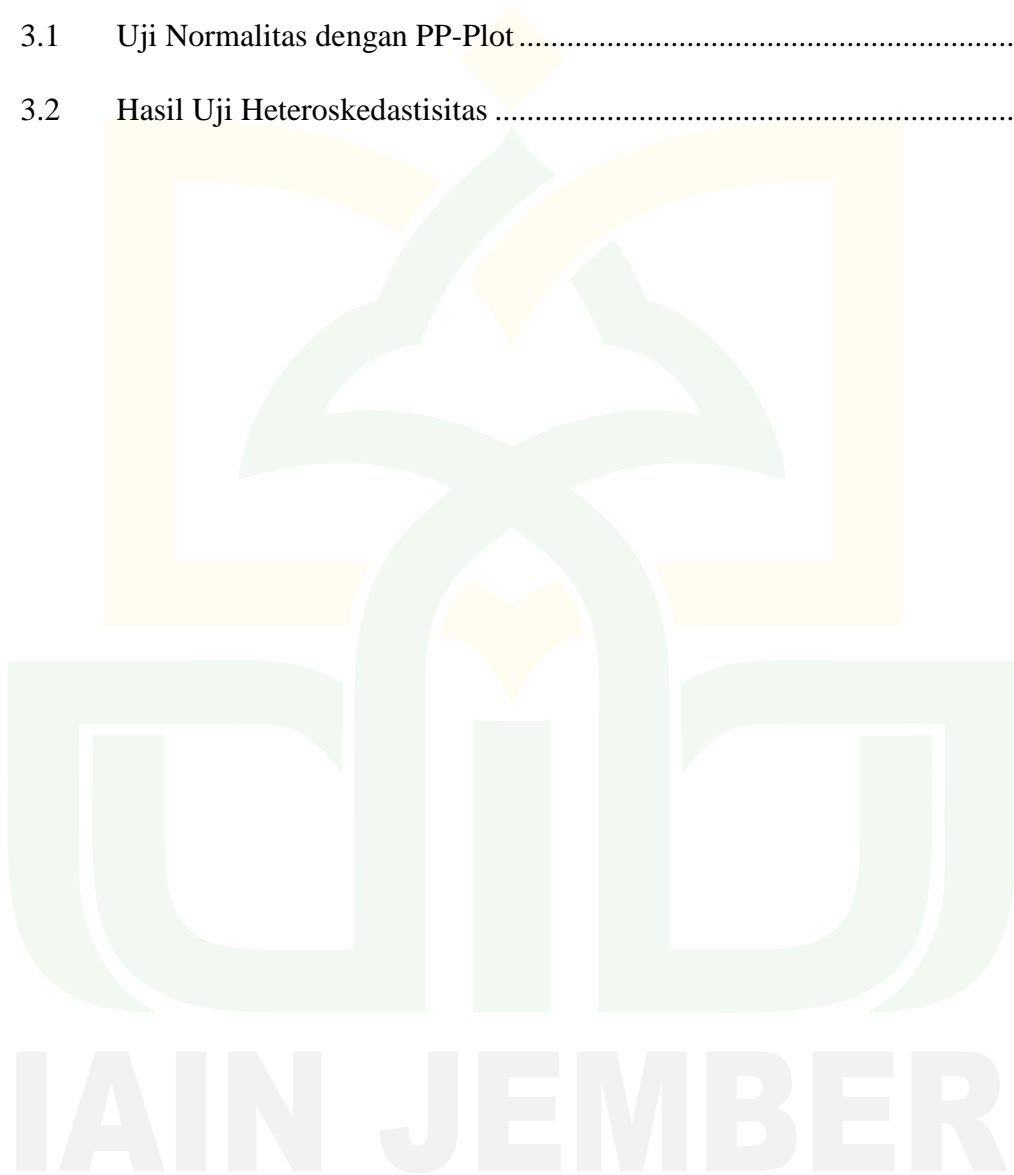
## DAFTAR TABEL

No	Uraian	Hal
1.1	Penerimaan Perpajakan Republik Indonesia.....	1
1.2	Kontribusi Pembayaran Pajak Menurut Sektoral.....	6
2.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	38
3.1	Hasil Penentuan Sampel.....	59
3.2	Daftar Nama Perusahaan Sampel.....	60
3.3	Data CSR, ROA, <i>SIZE</i> , dan ETR pada Perusahaan Manufaktur .....	61
3.4	Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	64
3.5	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....	66
3.6	Hasil Uji Multikolinieritas .....	67
3.7	Hasil Uji Autokorelasi.....	68
3.8	Hasil Uji t ( Parsial).....	70
3.9	Hasil Uji F (Simultan).....	71
3.10	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	72
3.11	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	74

IAIN JEMBER

## DAFTAR GAMBAR

No	Uraian	Hal
1.1	Kerangka Pemikiran.....	15
3.1	Uji Normalitas dengan PP-Plot.....	66
3.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	69



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pajak memegang peranan penting bagi perekonomian negara, pajak menjadi salah satu sumber pendapatan negara untuk melaksanakan kewajiban di berbagai sektor kehidupan guna mencapai kesejahteraan umum. Menurut data dari Badan Pusat Statistik, dalam periode tahun 2015-2019 pemerintah mampu meningkatkan realisasi penerimaan negara melalui pembayaran pajak, baik pajak dalam negeri maupun pajak perdagangan internasional sebesar Rp 1.240.418,87 milyar pada Tahun 2015 menjadi Rp 1.643.083,8 milyar pada Tahun 2019, seperti yang terlihat dalam Tabel 1.1 berikut.<sup>1</sup>

**Tabel 1.1**  
**Penerimaan Perpajakan Republik Indonesia**  
**(Milyaran Rupiah)**

Sumber Penerimaan Pajak	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Pajak Dalam Negeri</b>	1.205.478,9	1.249.499,5	1.304.316,2	1.472.907,9	1.603.293,8
Pajak Penghasilan	602.308,13	666.212,4	646.793,5	750	818.564,9
Pajak Pertambahan Nilai	423.710,82	412.213,5	480.724,6	537.267,9	592.79
Pajak Bumi dan Bangunan	29.250,05	19.443,2	16.770,3	19.444,9	18.864,6
Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan	0,3	0,5	1,2	0	0
Cukai	144.641,3	143.525	153.288,1	159.588,6	165.760
Pajak Lainnya	5.568,3	8.104,9	6.738,5	6.629,5	7.314,3
<b>Pajak Perdagangan Internasional</b>	34.939,97	35.470,7	39.213,6	45.881,8	39.790
Bea Masuk	31.212,82	32.472,1	35.066,2	39.116,7	37.500
Bea Keluar	3.727,15	2.998,6	4.147,4	6.765,1	2.290
<b>Total Penerimaan Perpajakan</b>	1.240.418,87	1.284.970,2	1.343.529,8	1.518.789,7	1.643.083,8

*Sumber:* Badan Pusat Statistik Republik Indonesia, 2020.

<sup>1</sup> Badan Pusat Statistik, "Realisasi Pendapatan Negara", <https://www.bps.go.id/statistictable/2019/02/241286/realisasi-pendapatan-negara-milyar-rupiah-2007-2020.html>, (30 Juni 2020).

Dalam proses pemungutan pajak terdapat perbedaan kepentingan antara pemerintah dengan perusahaan. Pemerintah ingin terus mengoptimalkan penerimaan negara melalui pajak guna membiayai penyelenggaraan negara, lain halnya dengan perusahaan sebagai wajib pajak yang berusaha memperkecil jumlah pembayaran pajak sehingga target pendapatan atau laba yang telah ditetapkan sebelumnya dapat tercapai.<sup>2</sup>

Bagi beberapa perusahaan yang merasa dirugikan karena berkurangnya laba akibat pembayaran pajak, akan mulai mencari cara untuk meminimalkan beban pajaknya agar dapat membayar jumlah pajak yang lebih kecil daripada jumlah pajak yang seharusnya dibayar kepada negara. Hal tersebut dapat terjadi dengan melakukan tindakan agresivitas pajak. yang memungkinkan untuk dilakukan apabila ada peluang untuk memanfaatkan celah dari kelemahan peraturan (*loopholes*) perpajakan.<sup>3</sup>

Tindakan agresif terhadap pajak atau yang lebih sering disebut dengan agresivitas pajak adalah suatu tindakan yang bertujuan untuk merekayasa laba kena pajak perusahaan melalui perencanaan pajak, baik menggunakan cara yang legal dengan melakukan penghindaran pajak (*tax avoidance*) atau dengan cara illegal yaitu penggelapan pajak (*tax evasion*).<sup>4</sup> Agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan memberikan pandangan negatif pada masyarakat,

---

<sup>2</sup> Nyoman Budhi Setya Dharma dan Naniek Noviari, "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Capital Intensity* Terhadap *Tax Avoidance*", *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 1 (Januari 2017), 531.

<sup>3</sup> Fenti Findiarningtias, Willy Sri Yuliandhari dan M. Rafki Nazar, "Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, *Return on Asset*, dan *Leverage* Terhadap Agresivitas Pajak (Studi pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2015)", *e-Proceeding of Management*, 2 (Agustus 2017), 1724.

<sup>4</sup> Frank, M., Lynch, L., dan Rego, S. (2009). "Tax Reporting Aggressiveness and its Relations to Aggressive Financial Reporting" dalam Liana Susanto, Yanti dan Viriany, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak", *Jurnal Ekonomi*, 1 (Maret 2018), 10.



karena dianggap merugikan pemerintah dan masyarakat sehingga agresivitas pajak dianggap tidak memiliki tanggungjawab secara sosial dan tidak sah.<sup>5</sup>

Perusahaan tidak hanya bertanggungjawab pada segi perpajakan, tapi juga memiliki tanggung jawab atas lingkungan sosialnya, karena dalam melakukan bisnisnya perusahaan tidak terlepas dari keberadaan lingkungan masyarakat disekitar, hal tersebut disebabkan adanya aktivitas operasi perusahaan yang berdampak pada kesehatan, budaya, ekonomi, dan kehidupan sosial disekitarnya. Tanggung jawab sosial tersebut kemudian dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR). Berdasarkan teori *stakeholder*, perusahaan harus menerapkan dengan baik tanggung jawab sosialnya agar mendapat manfaat dari para *stakeholder* yang terkena dampak dari keputusan bisnis perusahaan. Sebagai wujud perusahaan dalam menerapkan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat, maka seharusnya perusahaan tidak akan melakukan tindakan agresivitas pajak baik secara legal maupun illegal.<sup>6</sup>

Selain melaksanakan CSR, perusahaan juga bertanggungjawab terhadap pengungkapan terkait informasi pelaksanaan CSR dalam laporan tahunannya (*annual report*). Seperti yang terdapat dalam Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 pasal 6, yaitu pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dimuat dalam laporan tahunan perseroan dan

---

<sup>5</sup> Roman Lanis and Grant Richardson, “*Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: a test of Legitimacy Theory*”, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 1 (2012): 79.

<sup>6</sup> Nurcahyono dan Ida Kristiana, “Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Agresivitas Pajak: Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2017”, *Maksimum Media Akuntansi Universitas Muhammadiyah Semarang*, 2 (2019), 121.

dipertanggungjawabkan kepada RUPS.<sup>7</sup> Adanya pelaporan tersebut bertujuan untuk memenuhi asas transparansi dan akuntabilitas perusahaan terhadap para pemangku kepentingan atas pelaksanaan kegiatan tanggung jawab sosialnya.

Faktor lain yang dapat menyebabkan timbulnya agresivitas pajak, diantaranya profitabilitas yang merupakan tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dimiliki suatu perusahaan, maka akan semakin tinggi pula laba yang dapat diperoleh. Di sisi lain, semakin besar laba yang didapat, maka akan semakin besar pula pajak yang dibayarkan. Hal ini dapat menjadi motivasi bagi perusahaan yang berorientasi terhadap laba untuk melakukan tindakan perencanaan pajak (*tax planning*) guna mengurangi besarnya pajak yang dibayar perusahaan, sehingga membuat perusahaan tersebut menjadi agresif terhadap pajak.<sup>8</sup>

Selain memanfaatkan profitabilitas, perusahaan juga dapat memanfaatkan ukuran perusahaan untuk memaksimalkan manajemen pajak yang dilakukan. Dalam pengambilan keputusan investasi, investor seringkali melihat besar kecilnya perusahaan sebagai salah satu pertimbangannya, dan melakukan penilaian terhadap kinerja keuangan perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan biasanya ditentukan berdasarkan besar kecilnya aset yang dimiliki perusahaan. Besarnya aset yang dimiliki perusahaan dapat meningkatkan

---

<sup>7</sup> Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.

<sup>8</sup> Putu Meita Prasista dan Ery Setiawan, "Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak Penghasilan Wajib Pajak Badan", *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 3 (Desember 2016), 2123.

jumlah produktifitas. Hal itu akan menghasilkan laba yang semakin tinggi dan mempengaruhi tingkat pembayaran pajak.<sup>9</sup>

Perusahaan yang termasuk dalam perusahaan berskala besar akan membayar pajak lebih rendah dari pada perusahaan yang berskala kecil. Hal ini disebabkan karena perusahaan berskala besar mempunyai lebih banyak sumber daya yang dapat digunakan untuk melakukan tindakan perencanaan pajak sehingga nilai ETR pun akan menjadi lebih kecil pada perusahaan dengan skala besar.<sup>10</sup>

Penelitian mengenai pengaruh pengungkapan CSR, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak telah banyak dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu, dengan hasil penelitian yang berbeda-beda seperti Prasista dan Setiawan (2016), Dharma dan Noviari (2017) serta Mustika (2017) menunjukkan hasil bahwa pengungkapan CSR berpengaruh terhadap agresivitas pajak, berbeda dengan penelitian yang dilakukan Gunawan, dkk (2018) yang menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Kemudian penelitian yang dilakukan Shinta (2017) serta Mustalifah (2018) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak, namun Mustika (2017) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Penelitian selanjutnya dari Napitu dan Kurniawan (2016) serta Gemilang (2017) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas

---

<sup>9</sup> Army Thesa Napitu dan Christophorus Heni Kurniawan, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2014”, *Simposium Nasional Akuntansi XIX*, (Lampung, 2016), 2.

<sup>10</sup> *Ibid*, 2.

pajak, akan tetapi tidak konsisten dengan hasil penelitian Leksono, dkk (2019) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih perusahaan manufaktur karena memiliki kegiatan operasi yang lebih kompleks dibandingkan dengan jenis perusahaan lain sehingga dapat memberikan lebih banyak celah dalam melakukan manajemen laba terkait beban pajak perusahaan. Sektor manufaktur merupakan sektor terbesar di Indonesia dengan badan usaha terbanyak, terbukti hingga akhir Desember 2019 terdapat 183 perusahaan manufaktur yang sahamnya tercatat di situs resmi Bursa Efek Indonesia yang mana jumlah tersebut lebih unggul dibandingkan sektor lain sehingga dapat diperoleh data dengan jumlah yang cukup dan hasil yang variatif.<sup>11</sup> Selain itu, menurut data “APBN Kita” edisi Desember Tahun 2017, 2018, dan 2019 yang dipublikasikan oleh Kementerian Keuangan RI menunjukkan bahwa sektor manufaktur menjadi sektor penyumbang penerimaan pajak terbesar.<sup>12</sup>

**Tabel 1.2**  
**Kontribusi Pembayaran Pajak Menurut Sektoral**

Tahun	Jenis Sektor				
	Manufaktur	Perdagangan	Jasa Keuangan dan Asuransi	Konstruksi dan Real Estat	Pertambangan
2017	32%	20%	14%	5%	5%
2018	30%	19,8%	13,2%	6,8%	6,1%
2019	29,7%	20,8%	14,3%	6,9%	5%

Sumber: [www.kemenkeu.go.id](http://www.kemenkeu.go.id) (data diolah), 2020

<sup>11</sup> PT Bursa Efek Indonesia, “Daftar Saham”, [www.idx.co.id/data-pasar/data-saham/daftar-saham/](http://www.idx.co.id/data-pasar/data-saham/daftar-saham/), (23 Agustus 2020).

<sup>12</sup> Kementerian Keuangan RI, “APBN Kita 2017-2019”, <https://www.kemenkeu.go.id/apbnkita>, (22 September 2020).

Tabel di atas menunjukkan bahwa sektor manufaktur selama periode 2017-2019 secara konstan menjadi kontributor terbesar pembayar pajak yang ditinjau dari segi sektor industri, besarnya total kontribusi ini dipengaruhi oleh jumlah badan usaha manufaktur yang banyak di Indonesia dan terlihat bahwa dari tahun 2017 ke 2018 terjadi penurunan kontribusi sebanyak 2% dan dari tahun 2018 ke 2019 turun 0,3%.

Dari uraian di atas dapat diketahui bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi agresivitas pajak dalam sebuah perusahaan serta terdapat perbedaan hasil yang telah diperoleh peneliti-peneliti sebelumnya. Sehingga membuat peneliti tertarik untuk melakukan pengkajian ulang dan melakukan penelitian dengan judul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak Perusahaan Manufaktur”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak?
2. Apakah Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak?
3. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak?
4. Apakah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menemukan bukti empiris pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak.
2. Untuk menemukan bukti empiris pengaruh Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak.
3. Untuk menemukan bukti empiris pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak.
4. Untuk menemukan bukti empiris pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan secara simultan terhadap Agresivitas Pajak.

### D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari sebuah hasil penelitian merupakan dampak dari tercapainya tujuan. Adapun manfaat yang penulis harap dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah:

#### 1. Manfaat Teoritis

Secara Teoritis penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya bidang akuntansi. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai literatur dan memunculkan ide dan gagasan baru untuk penelitian selanjutnya.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, kegiatan penelitian ini merupakan sebuah media pemahaman dan penerepan untuk mengaplikasikan pengetahuan teoritis yang selama ini dipelajari di bangku perkuliahan.
- b. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat menunjukkan bahwa perusahaan sebaiknya lebih bijak dalam menentukan kebijakan khususnya mengenai pajak agar tidak tergolong dalam agresivitas pajak karena memiliki dampak yang sangat luas, tidak hanya kinerja perusahaan tetapi kepercayaan masyarakat.
- c. Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam membuat kebijakan guna menekan celah timbulnya agresivitas pajak.

## E. Ruang Lingkup Penelitian

### 1. Variabel Penelitian

Analisis deskripsi variabel dalam sebuah penelitian didasarkan pada variabel independen maupun variabel dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ( $X_1$ ), Profitabilitas ( $X_2$ ), dan Ukuran Perusahaan ( $X_3$ ). Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konskuen, dan atau dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat.<sup>13</sup> Dalam penelitian ini Agresivitas Pajak ( $Y$ ) digunakan sebagai variabel dependen.

---

<sup>13</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 95.

## 2. Indikator Variabel

- a. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ( $X_1$ ). Variabel Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ini menggunakan *checklist* berdasarkan indikator pengungkapan CSR yang ditentukan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI) yaitu *GRI Guidelines* versi G4. G4 memiliki 91 item pengungkapan yang terdiri 3 indikator utama yaitu ekonomi (9 item), lingkungan (34 item), dan sosial yang mana indikator sosial memiliki subindikator yaitu praktek ketenagakerjaan dan perkerjaan yang layak (16 item), hak asasi manusia (12 item), masyarakat (11 item) serta tanggung jawab produk (9 item).<sup>14</sup>
- b. Profitabilitas ( $X_2$ ). Dalam penelitian ini menggunakan *Return on Asset* (ROA) untuk menjadi indikator pengukuran tingkat profitabilitas perusahaan, karena ROA dapat menunjukkan efektifitas perusahaan dalam mengelola aktiva.
- c. Ukuran Perusahaan ( $X_3$ ). Dalam penelitian ini indikator ukuran perusahaan diproksikan dengan *Ln total asset*. Menurut Nurfadilah, dkk pemakaian *natural log* (Ln) dimaksudkan guna mengurangi fluktuasi data yang berlebihan tanpa mengubah proporsi dari nilai asal yang sebenarnya.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Nadya Shinta Savira Gunawan, Inten Meutia, dan Yusnaini. "Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Leverage* Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Utama dan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016)", *Akuntabilitas: Jurnal Penelitian dan Pengembangan Akuntansi*, 2 (Juli 2018), 133.

<sup>15</sup> A.W. Leksono, S.S. Albertus, dan R. Vhalery, "Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Manufaktur yang Listing di BEI Periode Tahun 2013-2017", *Journal Of Applied Business And Economic*, 4 (Juni 2019), 308.



- d. Agresivitas pajak (Y). Dalam penelitian ini diukur dengan proksi *Effective Tax Rate* (ETR) yang mana penggunaannya akan memberikan hasil berbanding terbalik terhadap agresivitas pajak. ETR yang rendah menunjukkan adanya tindakan agresivitas pajak yang tinggi, sebaliknya ETR yang tinggi menunjukkan adanya tindakan agresivitas pajak yang rendah.<sup>16</sup>

## F. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan manual atau petunjuk bagi peneliti menyatakan makna dan cara mengukur variabel.<sup>17</sup> Dalam penelitian ini terdapat variabel independen dan variabel dependen.

### 1. Variabel Independen

#### a. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan *corporate social responsibility* merupakan informasi yang dilaporkan terkait kegiatan yang menunjukkan kepedulian serta bertanggung jawab terhadap lingkungan sekitar dan masyarakat. Dalam penelitian ini pengungkapan *corporate social responsibility* dilambangkan dengan CSR. Untuk menghitung luas pengungkapan *corporate social responsibility* didasarkan pada standar *Global Reporting Initiative* (GRI) versi G4, dengan cara menggunakan variabel *dummy*, apabila perusahaan mengungkapkan item *y* (item yang terdapat pada *checklist*) maka akan diberi nilai 1, sedangkan nilai

<sup>16</sup> Dewi Setyoningrum dan Zulaikha, "Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Struktur Kepemilikan Terhadap Agresivitas Pajak", *Diponegoro Journal Of Accounting*, 3 (2019), 8.

<sup>17</sup> Imam Ghozali, *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif untuk Akuntansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Semarang: Yoga Pratama, 2013), 49.

0 apabila perusahaan tidak mengungkapkan item y. Kemudian semua item yang bernilai 1 dari perusahaan dijumlahkan dan dibandingkan dengan jumlah seluruh item pada tabel *checklist* dengan proksi CSRI. Adapun rumus untuk menghitung CSRI sebagai berikut:<sup>18</sup>

$$CSRI_i = \frac{\sum X_i}{n}$$

Keterangan:

CSRI<sub>i</sub> : Indeks luas pengungkapan CSR perusahaan i

$\sum X_i$  : Jumlah item bernilai 1 pada perusahaan i

n : jumlah seluruh indikator pengungkapan, n = 91

#### b. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan dengan laba yang dihasilkan.<sup>19</sup> Dalam penelitian ini profitabilitas dilambangkan dengan ROA. Untuk mengukur profitabilitas, *return on assets* (ROA) diproksikan dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dengan total asset, dengan rumus sebagai berikut:<sup>20</sup>

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

<sup>18</sup> Wigya Afrila Shinta, “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), Kinerja Keuangan dan Mekanisme *Corporate Governance* (CG) Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2015), (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2017), 66.

<sup>19</sup> Yeye Susilowati, Ratih Widyawati, dan Nuraini, “Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas, *Capital Intensity Ratio*, dan Komisaris Independen Terhadap Effective Tax Rate (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2014-2016)”, *Prosiding SENDI U*, (2018), 797.

<sup>20</sup> Putu Meita Prasista Dan Ery Setiawan, *Pengaruh Profitabilitas*, 2123.

c. Ukuran perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan salah satu karakteristik perusahaan yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan yang terdapat pada laporan tahunan perusahaan. Ukuran perusahaan menggambarkan seberapa besar aset yang dimiliki perusahaan.<sup>21</sup> Dalam penelitian ini ukuran perusahaan dilambangkan dengan *SIZE*. Ukuran perusahaan dapat diukur dengan *natural logaritma* total aset dengan rumus sebagai berikut:<sup>22</sup>

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

Keterangan:

Ln : Logaritma natural

2. Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak. Definisi dari agresivitas pajak ialah keinginan perusahaan untuk meminimalisir beban pajak yang dibayar melalui *tax planning activities* dengan cara legal atau illegal untuk meminimalkan beban pajak yang ditanggung perusahaan.<sup>23</sup> Agresivitas pajak dapat diukur dengan *Effective Tax Rate (ETR)*. *Effective Tax Rate (ETR)* adalah tarif pajak yang terjadi

<sup>21</sup> Yeye Susilowati, Ratih Widyawati, dan Nuraini, *Pengaruh Ukuran Perusahaan*, 799.

<sup>22</sup> Desi Nawang Gemilang, "Pengaruh Likuiditas, *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan *Capital Intensity* Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di BEI pada Tahun 2013-2015)", (Skripsi, Insitut Agama Islam Negeri Surakarta, 2017), 44.

<sup>23</sup> Wigya Afrila Shinta, *Pengaruh Corporate Social Responsibility*, 62.

dan dihitung dengan membandingkan beban pajak dengan laba akuntansi perusahaan, dapat dirumuskan sebagai berikut:<sup>24</sup>

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

### G. Asumsi Penelitian

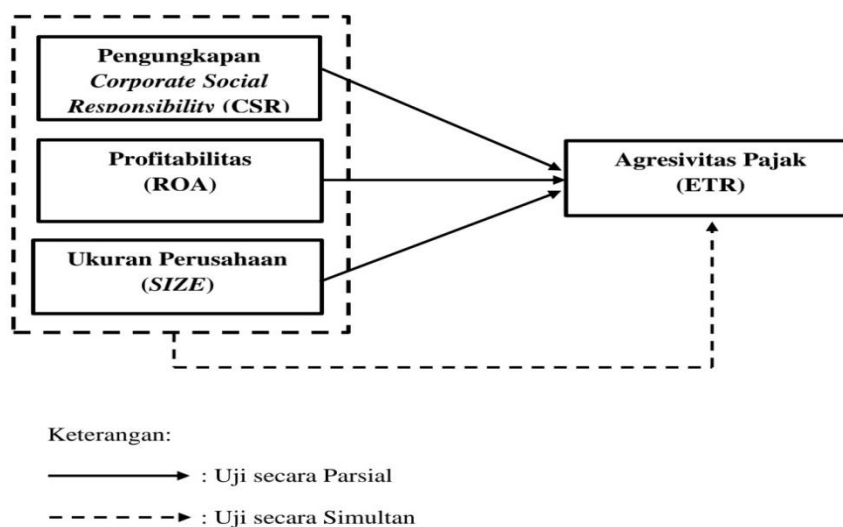
Asumsi penelitian seringkali disebut juga sebagai anggapan dasar atau postulat, yaitu sebuah titik tolak pemikiran yang kebenarannya diterima oleh peneliti. Anggapan dasar dirumuskan secara jelas sebelum peneliti melangkah mengumpulkan data.<sup>25</sup> Asumsi ini mengatakan bahwa yang mempengaruhi agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur adalah pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), profitabilitas dan ukuran perusahaan. Untuk mempermudah pemahaman asumsi penelitian, maka akan dibuat kerangka berfikir sebagai model konseptual tentang bagaimana suatu teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.<sup>26</sup> Kerangka berfikir dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:

<sup>24</sup> Ani Mustalifah, "Pengaruh *Return on Assets* (ROA), *Leverage*, *Capital Intensity*, Kompensasi Rugi Fiskal dan Kepemilikan Institusional Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2014-2016), (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2018), 33.

<sup>25</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Pers, 2017), 39.

<sup>26</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Method)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 272.

**Gambar 1.1**  
**Kerangka Pemikiran**



Berdasarkan kerangka pemikiran di atas dapat dijelaskan bahwa agresivitas pajak dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), profitabilitas, dan ukuran perusahaan. Keputusan perusahaan mengenai sejauh mana perusahaan berkeinginan untuk mengurangi kewajibannya secara sah dipengaruhi oleh sikapnya terhadap CSR.<sup>27</sup> Semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan maka perusahaan semakin menghindari adanya tindakan agresivitas pajak. Hal tersebut disebabkan perusahaan yang mengungkapkan CSR berusaha untuk membangun hubungan yang baik dengan *stakeholder*, baik melalui kegiatan CSR maupun dengan membayar pajak sesuai dengan kewajibannya.<sup>28</sup>

<sup>27</sup> Army Thesa Napitu dan Christophorus Heni Kurniawan, *Analisis Faktor-faktor*, 8.

<sup>28</sup> Fenti Findiarningtias, Willy Sri Yuliandhari dan M. Rafki Nazar, *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility*, 1726.

Menurut Watts suatu perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi akan menjadi perhatian di kalangan masyarakat maupun pemerintah sebagai regulator dimana akan menyebabkan terjadinya biaya politis yang tinggi, salah satunya pengenaan biaya pajak yang lebih tinggi. Hal tersebut dapat memberikan dorongan kepada perusahaan untuk cenderung menggunakan metode akuntansi yang dapat mengurangi laba dan akhirnya akan berusaha meminimalkan biaya pajak yang harus ditanggung perusahaan tersebut.<sup>29</sup> Aset yang dimiliki perusahaan berhubungan dengan ukuran perusahaan, semakin besar aset yang dimiliki maka semakin besar pula perusahaan tersebut. Perusahaan yang termasuk dalam perusahaan berskala besar mempunyai lebih banyak sumber daya yang dapat digunakan untuk melakukan tindakan perencanaan pajak sehingga nilai ETR pun akan menjadi lebih kecil pada perusahaan dengan skala besar.<sup>30</sup> Dengan demikian pengungkapan CSR, profitabilitas, dan ukuran perusahaan dapat mempengaruhi agresivitas pajak baik secara parsial maupun simultan.

## H. Hipotesis

Hipotesa penelitian atau biasa disebut hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam kalimat pertanyaan.<sup>31</sup> Hipotesis atau dugaan adalah keterangan yang bersifat sementara yang diperkirakan mungkin benar dan dipergunakan sebagai dasar untuk menjelaskan berbagai hal atau sebagai petunjuk untuk penyelidikan lebih lanjut sampai diperoleh

---

<sup>29</sup> Liana Susanto, Yanti dan Viriany, *Faktor-Faktor*, 12.

<sup>30</sup> Army Thesa Napitu dan Christophorus Heni Kurniawan, *Analisis Faktor-faktor*, 2.

<sup>31</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 134.

kepastian dengan pembuktian.<sup>32</sup> Para peneliti akan membuat hipotesis dalam penelitiannya, yang bertujuan untuk dijadikan sebagai acuan dalam menentukan langkah selanjutnya agar dapat membuat kesimpulan-kesimpulan terhadap penelitian yang dilakukannya.

### **1. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak**

Avi-Yonah menyatakan bahwa pajak perusahaan hanya dapat dikaitkan dengan CSR apabila pembayaran pajak yang dilakukan perusahaan memang memiliki implikasi untuk masyarakat secara luas. Namun, jika pembayaran pajak penghasilan badan hanyalah dianggap sebagai transaksi bisnis dan salah satu biaya perusahaan, mungkin tujuan perusahaan tersebut adalah untuk meminimalkan jumlah pajak terutang sebanyak mungkin.<sup>33</sup> Sebuah perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas pajak sering disebut sebagai perusahaan yang tidak bertanggungjawab secara sosial.<sup>34</sup>

Berdasarkan teori *stakeholder*, perusahaan harus menerapkan dengan baik tanggung jawab sosialnya agar mendapat manfaat yang baik dari konsumen, karyawan, pejabat pemerintah dan pihak lain yang terkena dampak dari keputusan bisnis perusahaan. Sebagai wujud penerapan tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat, maka seharusnya perusahaan tidak akan melakukan tindakan agresivitas pajak baik secara

<sup>32</sup> Imam Ghozali, *Desain Penelitian*, 4.

<sup>33</sup> Roman Lanis and Grant Richardson, "Corporate Social Responsibility and tax Aggressiveness: An empirical analysis", *J. Account. Public Policy* 31, (2012), 89.

<sup>34</sup> Mustika, *Pengaruh Corporate Social Responsibility*, 1891.

legal maupun illegal.<sup>35</sup> Sebagaimana hasil pada beberapa penelitian sebelumnya seperti Prasista dan Setiawan (2016), Dahrma dan Noviari (2017), serta Mustika (2017) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak yang artinya luas pengungkapan CSR dapat mempengaruhi tindakan agresivitas pajak. Berdasarkan uraian di atas, maka hubungan antara pengungkapan CSR dengan agresivitas pajak dapat dihipotesiskan sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak

## 2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak

Profitabilitas yang merupakan tingkat kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tindakan agresivitas pajak. Perusahaan yang memiliki kemampuan dalam memperoleh keuntungan harus mempersiapkan pajak yang akan dibayarkan sebesar pendapatan yang diperolehnya.<sup>36</sup> Karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula laba atau keuntungan yang diperoleh perusahaan dan tentunya juga akan meningkatkan jumlah pajak yang harus dibayar.

Hasil penelitian Napitu dan Kurniawan (2016) menyatakan bahwa profitabilitas perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang memiliki nilai profitabilitas tinggi akan semakin mudah untuk mengatur sumber daya perusahaan yang

<sup>35</sup> Nurcahyono dan Ida Kristiana, *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR)*, 121.

<sup>36</sup> Yeye Susilowati, Ratih Widayawati, dan Nuraini, *Pengaruh Ukuran Perusahaan*, 7.



nantinya dapat meminimalkan jumlah beban pajak yang harus dibayarkan. Rendahnya beban pajak yang dibayarkan ditunjukkan dengan nilai ETR yang semakin rendah.<sup>37</sup> Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Shinta (2017) serta Mustalifah (2018) bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan uraian tersebut, maka hubungan antara profitabilitas dengan agresivitas pajak dapat dihipotesiskan sebagai berikut:

H<sub>2</sub>: Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak

### 3. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak

Setyoningrum dan Zulaikha menyatakan bahwa saat perusahaan semakin besar maka agresivitas pajak juga meningkat. Pengaruh antara ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak disebabkan aset yang besar diiringi sumber daya yang cukup untuk pengaturan pajaknya sehingga dapat tercapai *tax saving* secara optimal. Sumber daya berlimpah yang dimiliki perusahaan berukuran besar dapat digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Aset yang besar juga dapat meningkatkan produktifitas perusahaan yang akan berdampak pada peningkatan laba perusahaan. Laba yang berbanding lurus dengan beban pajak akan berdampak pada sikap agresif manajemen dalam perihal beban pajaknya.<sup>38</sup> Napitu dan Kurniawan menyatakan bahwa perusahaan berskala besar akan membayar pajak lebih rendah daripada perusahaan yang berskala kecil. Hal ini disebabkan karena perusahaan berskala besar mempunyai banyak sumber daya yang dapat

<sup>37</sup> Army Thesa Napitu dan Christophorus Heni Kurniawan, *Analisis Faktor-faktor*, 20.

<sup>38</sup> Dewi Setyoningrum Dan Zulaikha, *Pengaruh Corporate Social Responsibility*, 12.

digunakan untuk perencanaan pajak.<sup>39</sup> Berdasarkan uraian tersebut, maka hubungan antara ukuran perusahaan dengan agresivitas pajak dapat dihipotesiskan sebagai berikut:

H<sub>3</sub>: Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak

#### **4. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan secara simultan terhadap Agresivitas Pajak**

Perusahaan perlu untuk menerapkan nilai-nilai yang berlaku dimasyarakat dengan melaksanakan kegiatan CSR agar dapat dipercaya oleh masyarakat luas, kepercayaan masyarakat ini berpengaruh besar terhadap penjualan produk-produk yang ada dipasaran. diharapkan pula bahwa semakin luasnya pengungkapan CSR oleh perusahaan, maka semakin kecil kemungkinan perusahaan untuk melakukan agresivitas pajak.<sup>40</sup> Saat kepercayaan telah terbangun maka konsumen akan semakin loyal dalam membeli produk yang dihasilkan oleh perusahaan dan hal tersebut dapat meningkatkan pendapatan dan laba. Mustafilah (2017) dalam penelitiannya menyatakan bahwa ketika laba yang diperoleh membesar, maka jumlah pajak penghasilan akan meningkat sesuai dengan peningkatan laba perusahaan sehingga kecenderungan untuk melakukan agresif terhadap pajak yang dilakukan oleh perusahaan akan meningkat.<sup>41</sup>

Begitu pun perusahaan yang dinyatakan memiliki ukuran yang besar juga akan agresif terhadap beban pajaknya karena memiliki aset

<sup>39</sup> Army Thesa Napitu dan Christophorus Heni Kurniawan, *Analisis Faktor-Faktor*, 21.

<sup>40</sup> Nancy Rizki Amelia, *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility*, 24.

<sup>41</sup> Ani Mustalifah, *Pengaruh Return On Assets*, 56.

yang besar diiringi sumber daya yang cukup untuk pengaturan pajaknya. Aset yang besar juga dapat meningkatkan produktifitas perusahaan yang akan berdampak pula pada peningkatan laba perusahaan.<sup>42</sup> Berdasarkan uraian tersebut, hubungan antara Pengungkapan *corporate social responsibility*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan dengan agresivitas pajak dapat dihipotesiskan sebagai berikut:

H<sub>4</sub>: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak

## I. Metode Penelitian

### 1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis data yang digunakan memakai analisis statistik. Pada dasarnya penelitian kuantitatif ini penulis lakukan dalam rangka pengujian hipotesis yang akan diperoleh signifikansi pengaruh antar variabel yang penulis teliti.<sup>43</sup> Jenis penelitian ini merupakan penelitian hipotesis dengan tujuan menganalisis dan menemukan bukti empiris mengenai pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen yaitu, pengungkapan CSR ( $X_1$ ), profitabilitas ( $X_2$ ) dan ukuran perusahaan ( $X_3$ ) lalu agresivitas pajak ( $Y$ ) sebagai variabel dependen.

<sup>42</sup> Dewi Setyoningrum dan Zulaikha, "Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Struktur Kepemilikan Terhadap Agresivitas Pajak", *Diponegoro Journal Of Accounting*, 3 (2019), 12 .

<sup>43</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 7.

## 2. Populasi dan Sampel

Populasi merujuk pada keseluruhan orang, kejadian, atau apa yang menjadi perhatian peneliti yang selanjutnya akan diinvestigasi.<sup>44</sup> Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019. Teknik pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu dengan mengambil sampel yang telah ditentukan sebelumnya berdasarkan maksud dan tujuan penelitian dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Mempublikasikan laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keuangan (*financial report*) secara berturut-turut dari tahun 2017-2019 pada situs resmi Bursa Efek Indonesia.
- b. Menyajikan laporan keuangan dengan menggunakan satuan nilai rupiah.
- c. Memiliki profitabilitas yang positif selama periode penelitian.
- d. Memiliki data yang lengkap dan jelas berkaitan dengan variabel penelitian.

## 3. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan merupakan data kuantitatif. Sedangkan sumber data yang digunakan merupakan data sekunder. Data sekunder adalah informasi yang dikumpulkan oleh orang lain bukan oleh peneliti dalam melaksanakan penelitian. Ada beberapa sumber data sekunder yaitu, buku, jurnal, publikasi pemerintah tentang

---

<sup>44</sup> Imam Ghozali, *Desain Penelitian*, 132.

indikator ekonomi, data sensus, abstrak statistik, media, laporan tahunan perusahaan.<sup>45</sup> Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017-2019, yang didokumentasikan dalam situs resminya yakni [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi yang mana metode pengumpulan data tersebut dilakukan dengan melihat, menggunakan dan mempelajari data-data sekunder yang diperoleh dari situs resmi BEI yaitu laporan tahunan dan laporan keuangan yang terpilih sebagai sampel penelitian.

#### **4. Analisis Data**

##### **a. Analisis Statistik Deskriptif**

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menjelaskan deskripsi data penelitian dari keseluruhan variabel yang dilihat dari nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi.

##### **b. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik dilakukan guna mengetahui apakah data yang akan digunakan layak untuk dianalisis, karena untuk mendapatkan model regresi yang baik maka data harus terhindar dari adanya penyimpangan.

---

<sup>45</sup> Imam Ghozali, *Desain Penelitian*, 94.

## 1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual data dari model regresi linear memiliki distribusi normal atau tidak. Jika residual data tidak terdistribusi normal maka dapat disimpulkan bahwa statistik tidak valid.<sup>46</sup> Salah satu cara untuk mendeteksi apakah residual data berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan melihat grafik normal *probability plot*, yaitu jika titik-titik plot berada di sekitar garis diagonal dan tidak melebar dari garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal. Selain itu juga dapat menggunakan uji statistik Kolmogrov-Smirnov (KS), jika nilai KS tidak signifikan maka data terdistribusi normal.<sup>47</sup>

## 2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya kemiripan antar variabel independen dalam suatu model regresi, karena model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen yang digunakan. Selain itu, uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.<sup>48</sup>

Multikolinieritas dapat dideteksi dengan melihat nilai *Variance*

---

<sup>46</sup> Hengky Latan, *Analisis Multivariate: Teknik dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 56

<sup>47</sup> Imam Ghazali, *Desain Penelitian*, 205.

<sup>48</sup> V. Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 185.

*Inflation Factor* (VIF) harus di bawah 10 dan nilai *Tolerance* harus di atas 0,10. dapat dilihat juga dari matriks korelasi antar variabel independen.<sup>49</sup>

### 3) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terdapat korelasi kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$ , karena model regresi yang baik yaitu regresi yang bebas dari autokorelasi. Dalam penelitian ini untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi, dilakukan dengan uji *run test* yang mana jika signifikannya  $> 0,05$  dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.<sup>50</sup>

### 4) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *Scatterplot*, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika:

- a) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0.
- b) Titik-titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.

<sup>49</sup> Imam Ghazali, *Desain Penelitian*, 205

<sup>50</sup> V. Wiratna Sujarweni, *SPSS*, 186.

- c) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudia menyempit dan melebar kembali.
- d) Penyebaran titik-titik data tidak berpola.<sup>51</sup>

### c. Pengujian Hipotesis

Pengujian terhadap hipotesis penelitian dilakukan dengan cara sebagai berikut:

#### 1) Uji t (Parsial)

Uji stastistik t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen.<sup>52</sup> Langkah-langkah dalam uji t adalah:

- a) Merumuskan hipotesis. Dalam uji t ini akan digunakan hipotesis sebagai berikut:  
 Ho : Variabel independen (pengungkapan CSR, profitabilitas dan ukuran perusahaan) secara individual/parsial berpengaruh sgnifikan terhadap variabel dependen (agresivitas pajak).  
 Ha : Variabel independen (pengungkapan CSR, profitabilitas dan ukuran perusahaan) secara individual/parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (agresivitas pajak).

<sup>51</sup> V. Wiratna Sujarweni, *SPSS*, 186-187.

<sup>52</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 21*, edisi 7, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 98.



- b) Menetapkan besarnya nilai *level of significance* ( $\alpha$ ) yaitu sebesar 0,05.
- c) Mengambil keputusan (dengan nilai signifikansi)
  - Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak, ini berarti bahwa secara individual/parsial variabel independen tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen
  - Jika nilai signifikan  $\leq 0,05$  maka hipotesis diterima, ini berarti bahwa secara individual/parsial variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

## 2) Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel bebas mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.<sup>53</sup>

Langkah-langkah dalam uji F adalah:

- a) Merumuskan hipotesis. Dalam uji F ini akan digunakan hipotesis sebagai berikut:

Ho : Seluruh variabel independen (pengungkapan CSR, profitabilitas dan ukuran perusahaan) secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (agresivitas pajak).

Ha : Seluruh variabel independen (pengungkapan CSR, profitabilitas dan ukuran perusahaan) secara simultan

---

<sup>53</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis*, 98.

berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (agresivitas pajak).

b) Menetapkan besarnya nilai *level of significance* ( $\alpha$ ) yaitu sebesar 0,05.

c) Mengambil keputusan (dengan nilai signifikansi)

- Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak (Seluruh variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen).
- Jika nilai signifikansi  $\leq 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima (Seluruh variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen).

#### **d. Analisis Regresi Linear Berganda**

Alat analisis data yang digunakan penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Analisis ini memberikan gambaran dan penjelasan pada hasil pengujian masalah pada hipotesis dengan melakukan pengukuran dan pembuktian data yang ada. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, juga menunjukkan arah hubungan variabel independen dengan variabel dependen.

Agresivitas pajak sebagai variabel dependen di proksikan dengan *effective tax rate* (ETR), sedangkan variabel independennya terdiri dari pengungkapan CSR yang diproksikan dengan *corporate social responsibility index* (CSR), profitabilitas yang diproksikan

dengan *return on asset* (ROA) dan ukuran perusahaan diproksikan dengan *total assets* (SIZE). Dengan demikian model regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$ETR_{it} = a_0 + \beta_1 CSR + \beta_2 ROA + \beta_3 SIZE + e$$

Keterangan:

ETR<sub>it</sub> : *Effective Tax Rate* *i* tahun ke-*t*

a<sub>0</sub> : Konstanta

β<sub>1</sub>, β<sub>2</sub>, β<sub>3</sub> : Koefisien Regresi

CSR : Pengungkapan Item CSR

ROA : *Return On Assets*

SIZE : Ukuran Perusahaan

e : *Error* (kesalahan pengganggu)

#### e. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti bahwa kemampuan variabel independen amat terbatas dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Sedangkan nilai yang mendekati satu berarti bahwa variabel independen dapat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang

dimasukkan ke dalam model.<sup>54</sup> Setiap tambahan satu variabel independen, maka  $R^2$  pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen atau tidak.

Nilai koefisien determinasi :

$$0 < R^2 < 1$$

Dasar Pengambilan Keputusan:

- 1) Nilai  $R^2$  mendekati 0, berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel independen amat terbatas.
- 2) Nilai  $R^2$  mendekati 1, berarti variabel-variabel independennya memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

## **J. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga pada bab penutup.<sup>55</sup>

Adapun sistematika pembahasan dalam penyusunan skripsi ini terbagi menjadi empat bab, yaitu sebagai berikut:

Bab pertama, pendahuluan. Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian (variabel penelitian, indikator penelitian), definisi

<sup>54</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis*, 95.

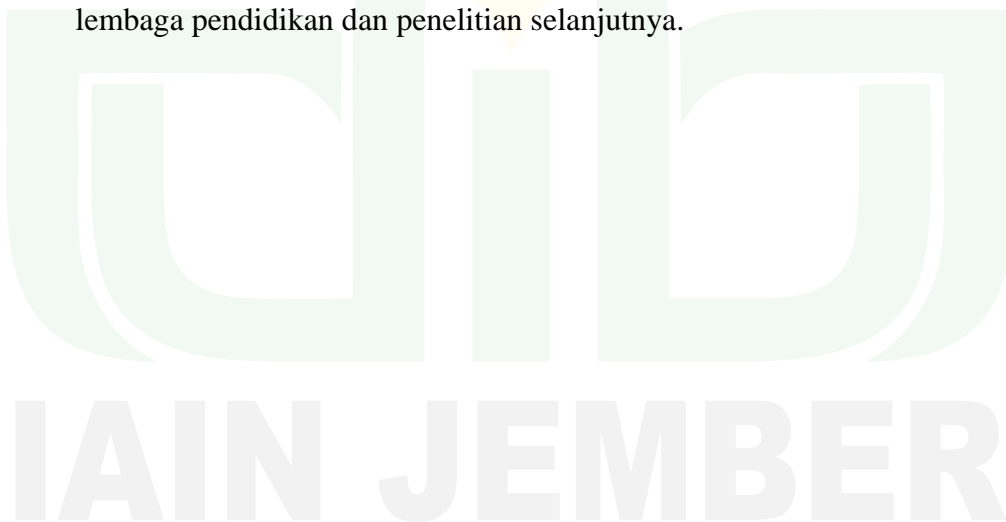
<sup>55</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan*, 48.

operasional, asumsi penelitian, hipotesis, metode penelitian (pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik dan instrumen pengumpulan data, dan analisis data), dan diakhiri sistematika pembahasan.

Bab kedua, kajian kepustakaan. Bab ini membahas tentang kajian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang akan dilakukan dan kajian teori yang dijadikan sebagai pijakan dalam melakukan penelitian.

Bab ketiga, penyajian data dan analisis. Bab ini memuat gambaran objek penelitian, penyajian data, analisis dan pengujian hipotesis dan berisi pembahasan.

Bab keempat, penutup. Bab ini berisi kesimpulan dari keseluruhan pembahasan yang terkait dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Dilanjutkan dengan saran-saran yang bermanfaat bagi perkembangan lembaga pendidikan dan penelitian selanjutnya.



## BAB II

### KAJIAN KEPUSTAKAAN

#### A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu terkait pengungkapan *corporate social responsibility*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan yang dihubungkan dengan agresivitas pajak pernah dilakukan oleh beberapa peneliti lain, berikut peneliti sampaikan beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan dasar dan pendukung hipotesis penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh A.W. Leksono, dkk (2019) mengenai pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap agresivitas menunjukkan hasil bahwa secara parsial ukuran perusahaan dan profitabilitas (ROA) masing-masing berpengaruh secara negatif terhadap agresivitas pajak. Sedangkan secara simultan ukuran perusahaan dan profitabilitas (ROA) berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.<sup>56</sup> Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel Independen serta menggunakan alat analisis yang sama yakni regresi linear berganda. Perbedaannya, penelitian terdahulu tidak menggunakan ukuran perusahaan sebagai salah satu variabel independennya, populasi dan sampelnya juga berbeda.

Hasil penelitian Mustalifa (2018) terkait pengaruh Pengaruh *Return On Assets (Roa)*, *Leverage*, *Capital Intensity*, Kompensasi Rugi Fiskal dan Kepemilikan Institusional Terhadap Agresivitas Pajak menunjukkan bahwa

---

<sup>56</sup> A.W. Leksono, S.S. Albertus, dan R. Vhalery, *Pengaruh Ukuran Perusahaan*, 312.

*Return On Assets (ROA) leverage*, kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Sementara *capital intensity* dan kompensasi rugi fiskal tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.<sup>57</sup> Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan ROA yang mana dalam penelitian ini digunakan sebagai proksi dari profitabilitas sebagai variabel independen serta menggunakan alat analisis yang sama yakni regresi linear berganda. Perbedaannya, penelitian terdahulu tidak menggunakan pengungkapan csr dan ukuran perusahaan sebagai salah satu variabelnya independennya, untuk populasi dan sampel juga berbeda.

Hasil penelitian Gemilang (2018) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan. Sedangkan likuiditas, *leverage*, ukuran perusahaan dan *capital intensity* tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan.<sup>58</sup> Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen serta menggunakan alat analisis yang sama yakni regresi linear berganda. Perbedaannya terdapat pada populasi dan sampel, penelitian terdahulu menggunakan perusahaan *property* dan *real estate* sedangkan pada penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur.

Penelitian Gunawan, dkk (2018) dengan pengungkapan CSR dan *leverage* sebagai variabel independen dan Agresivitas pajak sebagai variabel dependep memberikan hasil empiris bahwa pengungkapan CSR tidak

---

<sup>57</sup> Ani Mustalifah, *Pengaruh Return On Assets (ROA)*, 62.

<sup>58</sup> Desi Nawang Gemilang, *Pengaruh Likuiditas*, 75-76.

berpengaruh terhadap agresivitas pajak karena kemungkinan pengungkapannya hanya sebagai bentuk pemenuhan kewajiban tanpa mempertimbangkan keputusan melakukan tindakan agresivitas pajak atau tidak. Sedangkan untuk *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak.<sup>59</sup> Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan pengungkapan csr sebagai variabel independen serta menggunakan alat analisis yang sama. Perbedaannya, penelitian terdahulu tidak menggunakan profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai salah satu variabelnya independennya.

Amelia (2018) melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* dan *corporate governance* terhadap agresivitas pajak menemukan hasil bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak dan *corporate governance* berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak.<sup>60</sup> Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan csr sebagai variabel independen serta menggunakan alat analisis yang sama yakni regresi linear berganda. Perbedaannya, penelitian terdahulu menggunakan *corporate governance* sebagai variabel independen dan profitabilitas sebagai variabel control sedangkan pada penelitian ini tidak, penelitian terdahulu menggunakan seluruh perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan di BEI sedangkan pada penelitian ini hanya menggunakan perusahaan manufaktur.

---

<sup>59</sup> Nadya Shinta Savira Gunawan, Inten Meutia, dan Yusnaini, *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility*, 141.

<sup>60</sup> Nancy Rizki Amelia, "Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Corporate Governance* Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2016)", (Skripsi, Universitas Islam Indonesia, 2018), 53.



Hasil penelitian lain yang dilakukan oleh Mustika (2017) tentang pengaruh *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, *capital intensity* dan kepemilikan keluarga terhadap agresivitas pajak. Menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak, sedangkan untuk hasil ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan *capital intensity* tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, kepemilikan keluarga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap agresivitas pajak.<sup>61</sup> Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen serta menggunakan alat analisis yang sama yakni regresi linear berganda. Perbedaannya terdapat pada populasi dan sampel, penelitian terdahulu menggunakan perusahaan pertambangan dan pertanian sedangkan pada penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur.

Selanjutnya penelitian dari Dharma dan Noviani (2017) tentang pengaruh *corporate social responsibility* dan *capital intensity* terhadap *tax avoidance* menyatakan hasil bahwa variabel *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh negatif terhadap *tax avoidance* dan variabel *capital intensity* berpengaruh positif terhadap *tax avoidance*.<sup>62</sup> Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan csr sebagai variabel Independen serta menggunakan alat analisis yang sama yakni regresi linear berganda. Perbedaannya, penelitian terdahulu menggunakan *capital intensity* sebagai

---

<sup>61</sup> Mustika, *Pengaruh Corporate Social Responsibility*, 1898.

<sup>62</sup> Nyoman Budhi Setya Dharma dan Naniek Noviani, *Pengaruh Corporate Social Responsibility*, 552-553.

variabel independen sedangkan pada penelitian ini tidak, populasi dan sampel juga berbeda.

Penelitian Shinta (2017) yang berjudul “pengaruh *corporate social responsibility* (CSR), kinerja keuangan dan mekanisme *corporate governance* (CG) terhadap agresivitas pajak (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2013-2015)” menemukan hasil bahwa kinerja keuangan yang dihitung dengan profitabilitas dan *leverage* serta *corporate governance* yang dihitung dengan komisaris independen berpengaruh terhadap agresivitas pajak, sedangkan CSR dan *corporate governance* yang dihitung dengan komite audit tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.<sup>63</sup> Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan csr sebagai variabel independen serta profitabilitas sebagai pengukuran variabel independen kinerja keuangan dan menggunakan alat analisis yang sama yakni regresi linear berganda. Perbedaannya, penelitian terdahulu menggunakan kinerja keuangan dan *corporate governance* sebagai variabel independen sedangkan pada penelitian ini tidak, populasi dan sampelnya juga berbeda.

Hasil penelitian Napitu dan Kurniawan (2016) menunjukkan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2014. Hal ini mengindikasikan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan dapat berdampak pada peningkatan agresivitas pajak, sedangkan pengungkapan CSR menunjukkan hasil yang tidak signifikan atau tidak

---

<sup>63</sup> Wigya Afrila Shinta, *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR)*, 94.

berpengaruh terhadap agresivitas pajak dikarenakan perusahaan tidak berfokus pada pengungkapan CSR sebagai salah satu proksi yang dapat menurunkan nilai ETR.<sup>64</sup> Persamaan dalam penelitian ini terletak pada variabel independen yang digunakan serta menggunakan alat analisis yang sama yakni regresi linear berganda., sedangkan perbedaannya terletak pada populasi dan sampelnya.

Prasista dan Setiawan (2016) meneliti tentang pengaruh profitabilitas dan pengungkapan CSR terhadap agresivitas pajak wajib pajak badan menunjukkan hasil bahwa profitabilitas dan pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.<sup>65</sup> Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan pengungkapan csr dan profitabilitas sebagai variabel independen serta menggunakan alat analisis yang sama yakni regresi linear berganda. Perbedaannya, penelitian terdahulu tidak menggunakan ukuran perusahaan sebagai salah satu variabel independennya.

---

<sup>64</sup> Army Thesa Napitu dan Christophorus Heni Kurniawan, *Analisis Faktor-faktor* , 21-22.

<sup>65</sup> Putu Meita Prasista Dan Ery Setiawan, *Pengaruh Profitabilitas*, 2120.

**Tabel 1.2**  
**Ringkasan Penelitian Terdahulu**

NO.	PENELITI DAN TAHUN	JUDUL PENELITIAN	VARIABEL	HASIL
1	2	3	4	5
1.	Ari Wahyu Leksono, Setya Stanto Albertus, dan Rendika Vhalery (2019)	Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Manufaktur yang Listing di BEI Periode Tahun 2013-2017	Dependen: Agresivitas Pajak  Independen: Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas.	Secara parsial ukuran perusahaan dan profitabilitas (ROA) masing-masing berpengaruh secara negatif terhadap agresivitas pajak. Sedangkan secara simultan ukuran perusahaan dan profitabilitas (ROA) berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.
2.	Ani Mustalifah (2018)	Pengaruh <i>Return On Assets</i> (ROA), <i>Leverage</i> , <i>Capital Intensity</i> , Kompensasi Rugi Fiskal dan Kepemilikan Institusional Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2014-2016)	Dependen: Agresivitas Pajak (ETR)  Independen: <i>Return On Assets</i> (ROA), <i>Leverage</i> , <i>Capital Intensity</i> , Kompensasi Rugi Fiskal dan Kepemilikan Institusional	<i>Return On Assets</i> (ROA) <i>leverage</i> , kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Sementara <i>capital intensity</i> dan kompensasi rugi fiskal tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.
3.	Desi Nawang Gemilang (2018)	Pengaruh Likuiditas, <i>Leverage</i> , Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan <i>Capital Intensity</i> Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan <i>Property</i> dan <i>Real Estate</i> Yang Terdaftar Di BEI Pada Tahun 2013-2015)	Dependen: Agresivitas Pajak  Independen: Likuiditas, <i>Leverage</i> , Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan <i>Capital Intensity</i>	Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan. Sedangkan likuiditas, <i>leverage</i> , ukuran perusahaan dan <i>capital intensity</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan.
4.	Nadya Shinta Savira Gunawan, Inten Meutia, dan Yusnaini (2018)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Leverage</i> Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Utama dan Manufaktur yang	Dependen: Agresivitas Pajak  Independen: Pengungkapan <i>Corporate Social</i>	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Sedangkan <i>Leverage</i> signifikan terhadap agresivitas

1	2	3	4	5
		Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016)	<i>Responsibility</i> dan <i>Leverage</i>	pajak
5.	Nancy Rizki Amelia (2018)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Corporate Governance</i> Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2016)	Dependen: Agresivitas Pajak  Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Corporate Governance</i>	<i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap Agresivitas Pajak dan <i>Corporate Governance</i> berpengaruh positif signifikan terhadap Agresivitas Pajak.
6.	Mustika (2017)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> , Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> , <i>Capital Intensity</i> dan Kepemilikan Keluarga Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan dan Pertanian yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2012-2014)	Dependen: Agresivitas Pajak  Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> , Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> , <i>Capital Intensity</i> dan Kepemilikan Keluarga	Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan <i>Capital Intensity</i> tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak. <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif signifikan terhadap Agresivitas Pajak, sedangkan Kepemilikan Keluarga menunjukkan arah sebaliknya yaitu berpengaruh negatif signifikan terhadap Agresivitas Pajak.
7.	Nyoman Budhi Setya Dharma dan Naniek Noviyari (2017)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Dan <i>Capital Intensity</i> Terhadap <i>Tax Avoidance</i>	Dependen: <i>Tax Avoidance</i> (ETR)  Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Capital Intensity</i> .	Variabel <i>corporate social responsibility</i> (CSR) berpengaruh negatif terhadap <i>tax avoidance</i> dan variabel <i>capital intensity</i> berpengaruh positif terhadap <i>tax avoidance</i>
8.	Wigya Afrila Shinta (2017)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), Kinerja Keuangan dan Mekanisme <i>Corporate Governance</i> (CG) Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2015)	Dependen: Agresivitas Pajak (ETR)  Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> , Kinerja Keuangan (Profitabilitas dan <i>Leverage</i> ), dan <i>Corporate Governance</i>	Kinerja keuangan yang dihitung dengan profitabilitas dan <i>leverage</i> serta <i>corporate governance</i> yang dihitung dengan komisaris independen berpengaruh terhadap agresivitas pajak, sedangkan CSR dan <i>corporate governance</i> yang dihitung dengan komite audit tidak

1	2	3	4	5
			(Komisaris Independen dan Komite Audit)	berpengaruh terhadap agresivitas pajak.
9.	Army Thesa Napitu dan Christophorus Heni Kurniawan (2016)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2014	Dependen: Agresivitas Pajak (ETR)  Independen: Pengungkapan CSR, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan	Profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2014, sedangkan CSR menunjukkan hasil yang tidak signifikan atau tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak
10.	Putu Meita Prasista dan Ery Setiawan (2016)	Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Agresivitas Pajak Penghasilan Wajib Pajak Badan	Dependen: Agresivitas Pajak  Independen: Profitabilitas dan Pengungkapan CSR.	Profitabilitas dan CSR berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak

Sumber: Data diolah, 2020

## B. Kajian Teori

### 1. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Bowem mendefinisikan CSR sebagai kewajiban pengusaha untuk merumuskan kebijakan, membuat keputusan, atau mengikuti garis tindakan yang diinginkan dalam hal tujuan dan nilai-nilai masyarakat. Definisi tersebut kemudian diperbarui oleh Davis yang menyatakan bahwa keputusan dan tindakan bisnis diambil berdasarkan alasan atau setidaknya

sebagian, melampaui kepentingan ekonomi atau teknis langsung perusahaan.<sup>66</sup>

Di Indonesia, peraturan mengenai pelaksanaan CSR yang dilakukan oleh perusahaan telah diatur dalam Undang–Undang tentang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007 pasal 1 ayat (3) yang menyatakan bahwa:

Tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.<sup>67</sup>

Pandangan mengenai CSR dapat diartikan sebagai wujud komitmen berkelanjutan dalam bisnis. Komitmen untuk bertanggung jawab dalam meningkatkan kualitas masyarakat disekitar perusahaan secara ekonomi, sosial, dan ekologi guna mencegah dampak-dampak negatif yang mungkin terjadi, serta lingkungan yang menjadi *stakeholder* perusahaan.<sup>68</sup> Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) tentang maksud dari CSR itu sendiri, yakni komitmen dari perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi dalam pelaksanaan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, sekaligus meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan masyarakat luas.

---

<sup>66</sup> Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility) (Tanggungjawab Sosial Korporasi)*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 86.

<sup>67</sup> Sekretariat Negara RI, Undang–Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

<sup>68</sup> Dewi Setyoningrum dan Zulaikha, *Pengaruh Corporate Social Responsibility*, 4.

Premis dasar CSR adalah bahwa manajer korporasi atau perusahaan memiliki kewajiban atau tanggungjawab untuk mempertimbangkan dan menjawab kebutuhan masyarakat, bukan hanya bertindak semata-mata demi kepentingan para pemegang saham atau manajemen.<sup>69</sup> Sehingga dalam hubungan ini perusahaan tidak hanya sekedar berusaha memaksimalkan keuntungan bisnisnya, tetapi juga memaksimalkan utilitas dengan tanggungjawab sosial kepada masyarakat.

Menurut model pihak yang berkepentingan (*stakeholder*), perusahaan dituntut untuk memuaskan kebutuhan dan kepentingan berbagai *stakeholder* perusahaan, bukan hanya pemegang saham. Namun juga kepentingan *stakeholder* primer (karyawan, pemegang saham, pelanggan, pemasok, pemerintah, dan masyarakat) yang menjadi tempat organisasi bergantung untuk mempertahankan keadaannya, harus lebih didahulukan dari pada *stakeholder* sekunder.<sup>70</sup>

CSR juga dapat digunakan perusahaan agar lebih unggul dari pesaing dalam hal mendapatkan keuntungan, karena perusahaan yang menerapkan CSR dengan benar akan mendapatkan dampak positif bagi keberlangsungan perusahaan itu sendiri. Lanis dan Richardson menganggap bahwa CSR telah menjadi sebuah faktor kunci dalam keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan.<sup>71</sup> Berikut adalah manfaat CSR bagi perusahaan menurut Muljati:

---

<sup>69</sup> Totok Mardikanto, *CSR*, 66.

<sup>70</sup> Army Thesa Napitu dan Christophorus Heni Kurniawan, *Analisis Faktor-faktor*, 4.

<sup>71</sup> Roman Lanis and Grant Richardson, "Corporate Social Responsibility and tax Aggressiveness: An empirical analysis", *J. Account. Public Policy* 31, (2012) 87.



- a. *Meningkatkan Citra Perusahaan.* Dengan melakukan kegiatan CSR, konsumen akan dapat lebih mengenal perusahaan sebagai perusahaan yang selalu melakukan kegiatan yang baik untuk masyarakat.
- b. *Memperkuat “Brand” Perusahaan.* Melalui kegiatan memberikan *product knowledge* kepada konsumen dengan cara membagikan produk secara gratis, dapat memunculkan kesadaran konsumen akan keberadaan produk perusahaan sehingga dapat meningkatkan posisi *brand* yang dimiliki perusahaan.
- c. *Mengembangkan Kerja Sama dengan Para Pemangku Kepentingan.* Dalam melaksanakan kegiatan CSR, perusahaan tentunya tidak dapat melakukannya sendiri, jadi harus dibantu oleh para pemangku kepentingan, seperti pemerintah daerah, masyarakat, dan universitas lokal. Maka dari itu, perusahaan mampu membuka relasi yang baik dengan para pemangku kepentingan tersebut.
- d. *Membedakan Perusahaan dengan Pesaingnya.* Jika CSR dilakukan sendiri oleh perusahaan, perusahaan akan memperoleh kesempatan dalam menonjolkan keunggulan komparatifnya sehingga dapat membedakannya dengan pesaing yang menawarkan produk atau jasa yang sama.
- e. *Menghasilkan Inovasi dan Pembelajaran untuk Meningkatkan Pengaruh Perusahaan.* Memilih kegiatan CSR yang sesuai dengan kegiatan utama perusahaan membutuhkan kreativitas. Merencanakan CSR secara konsisten dan berkala dapat memicu inovasi dalam

perusahaan yang pada akhirnya mampu meningkatkan peran dan posisi perusahaan dalam bisnis global.

f. *Membuka Akses untuk Investasi dan Pembiayaan bagi Perusahaan.*

Para investor saat ini telah mempunyai kesadaran terhadap pentingnya berinvestasi pada perusahaan yang telah melakukan CSR. Demikian juga penyedia dana, seperti perbankan, lebih memprioritaskan pemberian bantuan dana kepada perusahaan yang melakukan CSR.

g. *Meningkatkan Harga Saham.*

Pada akhirnya jika perusahaan rutin melakukan CSR yang sesuai dengan bisnis utamanya dan melakukannya secara konsisten dan rutin, masyarakat bisnis (investor, kreditur, dll), pemerintah, akademisi, maupun konsumen akan semakin mengenal perusahaan. Maka permintaan terhadap saham perusahaan akan naik dan otomatis harga saham perusahaan juga akan meningkat.<sup>72</sup>

## **2. Pengungkapan CSR (*CSR Disclosure*)**

Gray et al. mendefinisikan pengungkapan CSR sebagai proses penyediaan informasi yang dirancang untuk mewujudkan akuntabilitas sosial. Biasanya tindakan ini akan dilakukan oleh organisasi yang bertanggung jawab dan dengan demikian dapat memasukkan informasi dalam laporan tahunan, publikasi khusus atau bahkan iklan yang berorientasi sosial. Pendukung teori legitimasi mengklaim bahwa untuk melepaskan tanggung jawab sosialnya, sebuah perusahaan (melalui

---

<sup>72</sup> Totok Mardikanto, *CSR*, 136-137.

manajemen) memberikan informasi CSR sebagai bagian dari dialognya dengan masyarakat.<sup>73</sup>

Ghozali dan Chariri dalam bukunya “Teori Akuntansi” menyatakan bahwa ada berbagai motivasi yang mendorong manajer secara sukarela mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan. Berdasarkan review dan sintesis yang dilakukan oleh Deegan (2002), alasan tersebut antara lain:

- a. Keinginan untuk mematuhi persyaratan yang terdapat dalam undang-undang. Namun demikian, alasan ini sebenarnya bukanlah alasan utama yang ditemukan di berbagai negara karena ternyata tidak banyak aturan yang meminta perusahaan mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan (Deegan, 2000).
- b. Pertimbangan rasionalitas ekonomi (*economic rationality*). Atas dasar alasan ini praktik pengungkapan sosial dan lingkungan dapat memberikan keuntungan bisnis karena perusahaan melakukan “hal yang benar” dan alasan ini mungkin dipandang sebagai motivasi utama (Friedman, 1962).
- c. Keyakinan dalam proses akuntabilitas untuk melaporkan. Dalam hal ini, manajer berkeyakinan bahwa orang memiliki hak yang tidak dapat dihindari untuk memperoleh informasi yang memuaskan (Hasan, 1998; Donaldson dan Preston 1995; Freeman dan Reed 1983) tidak peduli dengan *cost* yang diperlukan untuk menyajikan informasi tersebut.

---

<sup>73</sup>Roman Lanis and Grant Richardson, “Corporate Social Responsibility and tax Aggressiveness: An test of legitimacy theory”, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 1 (2012), pp.81.

- d. Keinginan untuk mematuhi persyaratan peminjaman.
- e. Untuk mematuhi harapan masyarakat, berdasarkan pandangan bahwa kepatuhan terhadap “ijin yang diberikan masyarakat untuk beroperasi” (atau “kontrak sosial”) tergantung dari penyediaan informasi berkaitan dengan kinerja sosial dan lingkungan (Deegan 2002).
- f. Sebagai konsekuensi dari ancaman terhadap legitimasi perusahaan.
- g. Untuk memanager kelompok *stakeholder* tertentu yang *powerful* (Ullman 1985; Robert 1992; Evan dan Freeman 1988; Neu et al 1998).
- h. Untuk menarik dana investasi. Pihak yang bertanggung jawab dalam meranking organisasi tertentu untuk tujuan portofolio menggunakan informasi dari sejumlah sumber termasuk informasi yang dikeluarkan oleh organisasi tersebut.
- i. Untuk mematuhi persyaratan tertentu, atau *code of conduct* tertentu.
- j. Untuk memenangkan penghargaan pelaporan tertentu. Banyak organisasi yang berusaha memenangkan penghargaan tersebut dengan harapan memperbaiki *image* positif perusahaan di mata *stakeholdernya*.<sup>74</sup>

### 3. Indeks CSR

Pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan tentu membutuhkan suatu pedoman sebagai tolak ukur apa sajakah yang akan diungkapkan oleh perusahaan. Salah satu konsep pelaporan untuk mengungkapkan informasi CSR yang dikenal di Indonesia adalah

---

<sup>74</sup> Imam Ghozali dan Anis Chariri, *Teori Akuntansi International Financing Reporting System (IFRS)*, Edisi 4, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2014, 434-435.

pelaporan berdasarkan *Global Reporting Initiative* (GRI). Menurut GRI G4 total seluruh item pengungkapan terdapat 91 item yang dapat diaplikasikan secara umum dalam pengungkapan CSR sebuah perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan isu yang berkembang mengikuti perkembangan zaman. Menanggapi hal tersebut, *Global Reporting Initiatives* (GRI) telah mengembangkan indeks GRI versi G4 pada tahun 2013 yang dapat digunakan sebagai pedoman pelaporan berdasarkan GRI yang secara berkala ditinjau untuk memberikan panduan yang terbaik dan termutakhir guna pelaporan yang efektif. GRI dalam situs resminya, yaitu [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org) mengungkapkan bahwa dibandingkan dengan versi sebelumnya, GRI versi G4 telah memberikan penekanan yang lebih luas atas kebutuhan organisasi tentang fokus dalam proses pelaporan dan laporan final yang berisi topik-topik yang bersifat material bagi bisnis dan para pemangku kepentingan. Fokus terhadap materialitas ini dapat menghasilkan pengungkapan yang lebih relevan dan kredibel. Indeks GRI versi G4 ini merupakan sebuah pembaruan dan penyempurnaan dari versi sebelumnya, yang dijadikan pedoman oleh perusahaan sebagai dasar pengungkapan laporan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan perusahaan dari tahun 2013.<sup>75</sup>

---

<sup>75</sup> Sulistyowati dan Lisa Ariska Ulfah, "Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, dan *Leverage* Terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2015", *BALANCE*, 2 (2018), 241-242 .

#### 4. *Stakeholder Theory*

R. Edward Freeman mendefinisikan *stakeholder* sebagai kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi.<sup>76</sup> Perusahaan bukanlah entitas yang beroperasi hanya untuk kepentingannya sendiri, melainkan juga harus memberikan manfaat bagi para *stakeholdernya* (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain). Oleh karena itu, keberadaan suatu perusahaan menjadi sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan *stakeholder* terhadap perusahaan. Gray, Kouhy dan Adams mengatakan bahwa:

Kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder*, dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Semakin *powerfull stakeholder*, maka semakin besar pula usaha perusahaan dalam melakukan pengungkapan sosial sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholdernya*.<sup>77</sup>

Premis dasar dari teori *stakeholder* adalah bahwa semakin kuat hubungan korporasi, maka akan semakin baik bisnis korporasi yang dijalankan. Sebaliknya, semakin buruk hubungan korporasi maka akan semakin sulit bisnis korporasinya. Hubungan yang kuat dengan para pemangku kepentingan didasarkan pada kepercayaan, rasa hormat, dan kerjasama. Teori *stakeholder* merupakan sebuah konsep manajemen strategis yang memiliki tujuan guna membantu korporasi dalam

<sup>76</sup> Totok Mardikanto, CSR, 68.

<sup>77</sup> Imam Ghazali dan Anis Chariri, *Teori Akuntansi*, 439.

memperkuat hubungannya dengan kelompok-kelompok eksternal untuk mengembangkan keunggulan kompetitif.<sup>78</sup>

### 5. *Legitimacy Theory*

Teori Legitimasi menyatakan bahwa suatu perusahaan berupaya untuk melegitimasi dan mempertahankan hubungannya dalam lingkungan sosial yang lebih luas di mana perusahaan beroperasi.<sup>79</sup> Teori legitimasi dilandasi oleh “kontrak sosial” yang terjadi diantara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi.

Dowling dan Pfeffer memberikan alasan yang logis tentang legitimasi organisasi dan mengatakan sebagai berikut:

Organisasi berusaha menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan norma-norma perilaku yang terdapat dalam sistem sosial masyarakat dimana organisasi adalah bagian dari sistem tersebut. Selama kedua sistem nilai tersebut selaras, kita dapat melihat hal tersebut sebagai legitimasi perusahaan. Ketika ketidakselarasan aktual ataupun potensial terjadi diantara kedua sistem nilai tersebut, maka akan ada ancaman terhadap legitimasi perusahaan.

Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan oleh masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi dapat disebut sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan guna bertahan hidup. Akan tetapi ketika terdapat perbedaan antara nilai-nilai perusahaan dengan nilai-nilai sosial masyarakat dapat menimbulkan

<sup>78</sup> Totok Mardikanto, *CSR*, 68.

<sup>79</sup> Roman Lanis and Grant Richardson, “*Corporate Social Responsibility and tax Aggressiveness: An test of legitimacy theory, Accounting*”, *Auditing & Accountability Journal*, 1(2012), 80.

adanya *legitimacy gap* yang dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam melanjutkan usahanya.<sup>80</sup> Jadi, untuk mendapatkan dan mempertahankan legitimasi yang dimiliki, perusahaan perlu melakukan kegiatan usaha yang sesuai terhadap norma yang berkembang di masyarakat secara berkesinambungan. Selanjutnya, untuk lebih meningkatkan keberadaan perusahaan, maka dibutuhkan pengungkapan kepada masyarakat melalui *corporate social responsibility* (CSR) mengenai eksistensi pemenuhan dan pengelolaan aspek lingkungan, sosial, etika.<sup>81</sup>

## 6. Profitabilitas

Menurut Harahap profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang ada.<sup>82</sup> Profitabilitas menunjukkan hasil kinerja keuangan perusahaan dalam upaya menghasilkan keuntungan dari manajemen aktiva perusahaan yang dikenal sebagai *Return on Asset* (ROA).<sup>83</sup>

Semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula laba atau keuntungan yang akan diperoleh perusahaan.

Akan tetapi, di sisi lain, semakin besar laba yang diperoleh, akan membuat pajak yang harus dibayarkan perusahaan kepada pemerintah juga bertambah besar.<sup>84</sup> Hal tersebut sesuai dengan Undang-undang No. 36

<sup>80</sup> Imam Ghozali dan Anis Chariri, *Teori Akuntansi*, 441-443.

<sup>81</sup> Wigya Afrila Shinta, *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR)*, 18.

<sup>82</sup> Sofyan yafri Harahap, *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2011). 304.

<sup>83</sup> A.W. Leksono, S.S. Albertus, dan R. Vhalery, *Pengaruh Ukuran Perusahaan*, 306.

<sup>84</sup> Putu Meita Prasista Dan Ery Setiawan, *Pengaruh Profitabilitas*, 2123.



Tahun 2008 Pasal 1 tentang Pajak Penghasilan yang menjelaskan bahwa pajak penghasilan dibebankan kepada subjek pajak yang menerima atau memperoleh penghasilan dalam tahun pajak.<sup>85</sup>

## 7. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan salah satu kriteria penting yang harus dimiliki oleh perusahaan. Semakin besar perusahaan, harus semakin besar kesan baik yang diciptakan untuk menarik minat masyarakat.<sup>86</sup> Hartono menyatakan bahwa ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan yang dapat diukur berdasarkan total aktiva atau besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai log total aktiva. Oleh karena itu, kualitas laporan keuangan dituntut untuk transparan, terpercaya, dan terbebas dari manajemen laba karena dapat mengaburkan informasi yang tersedia. Terutama untuk informasi yang berkaitan dengan minimalisasi laba untuk meminimalkan pendapatan kena pajak sehingga pembayaran pajak menjadi minim.<sup>87</sup>

## 8. Pajak

Pengertian Pajak menurut pasal 1 ayat 1 Undang-undang Nomor 6 Tahun 1983 sebagaimana telah disempurnakan terakhir dengan Undang-undang Nomor 16 Tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan adalah:

pajak merupakan kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara

<sup>85</sup> Sekretariat Negara RI, Undang-undang Nomor. 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan.

<sup>86</sup> Army Thesa Napitu dan Christophorus Heni Kurniawan, *Analisis Faktor-faktor*, 5.

<sup>87</sup> A.W. Leksono, S.S. Albertus, dan R. Vhalery, *Pengaruh Ukuran Perusahaan*, 305.

langsung dan digunakan untuk keperluan Negara bagi kemakmuran rakyat.<sup>88</sup>

Perusahaan sebagai subjek pajak menjadi salah satu penyumbang pajak paling besar dalam penerimaan pajak negara melalui pajak penghasilan badan. Badan adalah sekumpulan orang dan atau modal yang merupakan kesatuan baik yang melakukan usaha maupun yang tidak melakukan usaha yang meliputi perseroan terbatas, perseroan komanditer, perseroan lainnya, badan usaha milik negara atau badan usaha milik daerah dengan nama dan bentuk apapun, firma, kongsi, koperasi, dana pensiun, persekutuan, perkumpulan, yayasan, organisasi massa, organisasi sosial politik, atau organisasi lainnya, lembaga, dan bentuk badan lainnya termasuk kontrak investasi kolektif dan bentuk usaha tetap lainnya.<sup>89</sup>

## 9. Agresivitas Pajak

Pembayaran pajak perusahaan memiliki implikasi terhadap masyarakat, karena pajak perusahaan memainkan peran penting dalam mendanai penyediaan barang publik, termasuk hal-hal seperti pendidikan, pertahanan nasional, perawatan kesehatan masyarakat dan penegakan hukum.<sup>90</sup>

Sistem perpajakan di Indonesia yang menggunakan *self assesment system* memberikan kewenangan terhadap perusahaan untuk menghitung dan melaporkan pajaknya sendiri. Dengan berlakunya sistem tersebut,

<sup>88</sup> Sekretariat Negara RI, Undang-undang Nomor. 16 Tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.

<sup>89</sup> *Ibid*, Pasal 1 Ayat (2).

<sup>90</sup> Roman Lanis and Grant Richardson, “Corporate Social Responsibility and tax Aggressiveness: An test of legitimacy theory, Accounting”, *Auditing & Accountability Journal*, 1 (2012), 78.

dapat menjadi peluang bagi perusahaan untuk memanipulasi pendapatan kena pajak menjadi lebih kecil, yang berdampak pada tanggungan beban pajak perusahaan semakin kecil pula. Hal tersebut dapat dilakukan perusahaan karena adanya asimetri informasi dengan pemerintah. Perusahaan lebih banyak memiliki informasi mengenai perusahaan dibandingkan dengan pemerintah.<sup>91</sup>

Agresivitas pajak dapat dilakukan melalui perencanaan pajak baik secara legal (*tax avoidance*) maupun illegal (*tax evasion*). Cara yang legal dilakukan dalam bentuk penghindaran atau perencanaan pajak, sedangkan yang ilegal dalam bentuk penggelapan pajak.<sup>92</sup> Meski demikian, dengan melakukan tindakan penghindaran pajak secara legal ataupun illegal telah menunjukkan rendahnya kesadaran masyarakat dalam menyampaikan pajak.<sup>93</sup>

Oleh karena itu, perusahaan yang tidak membayar atau meminimalkan bagian pajaknya memiliki dampak signifikan pada masyarakat tempat perusahaan beroperasi, dan menimbulkan keprihatinan publik yang signifikan, sehingga agresivitas pajak perusahaan dengan demikian dianggap oleh publik sebagai kegiatan yang tidak bertanggung jawab secara sosial dan tidak sah. Karenanya, agresivitas pajak semacam itu menjadi perhatian utama bagi publik, yang pada akhirnya dapat

---

<sup>91</sup> Dewi Setyoningrum Dan Zulaikha, Pengaruh *Corporate Social Responsibility*,3.

<sup>92</sup> Nadya Shinta Savira Gunawan, Inten Meutia, dan Yusnaini. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility*,130-131.

<sup>93</sup> Nancy Rizki Amelia, *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility*, 19.

merampas legitimasi korporasi untuk tetap eksis dalam kepenuhan waktu.<sup>94</sup>

Chen *et.al* menyatakan beberapa keuntungan dan kerugian tindakan pajak agresif. Keuntungan tindakan pajak agresif (agresivitas pajak), diantaranya sebagai berikut.

- a. Keuntungan berupa penghematan pajak yang dibayarkan perusahaan kepada negara, sehingga jumlah laba yang dinikmati pemilik atau pemegang saham dalam perusahaan menjadi lebih besar.
- b. Keuntungan bagi manajer yang mendapatkan kompensasi dari pemilik maupun pemegang saham perusahaan atas tindakan pajak agresif yang dilakukannya.
- c. Keuntungan bagi manajer, yaitu mempunyai kesempatan untuk melakukan *rent extraction*, yakni tindakan manajer yang tidak memaksimalkan kepentingan pemilik. Hal tersebut dapat berupa menyusun laporan keuangan yang agresif, mengambil sumber daya atau aset perusahaan untuk kepentingan pribadi, atau melakukan transaksi dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa.

Adapun Kerugian dari tindakan pajak agresif, diantaranya sebagai berikut.

- a. Adanya kemungkinan perusahaan terkena hukuman dari instansi perpajakan akibat ditemukan kecurangan-kecurangan yang mungkin terjadi pada saat proses audit.

---

<sup>94</sup> Roman Lanis and Grant Richardson, “Corporate Social Responsibility and tax Aggressiveness: An test of legitimacy theory, Accounting”, *Auditing & Accountability Journal*, 1 (2012), 79.

- b. Tercederainya reputasi perusahaan akibat audit oleh instansi perpajakan.
- c. Turunnya harga saham perusahaan akibat anggapan dari para pemegang saham bahwa tindakan pajak agresif yang dilakukan oleh manajer merupakan tindakan *rent extraction* yang dapat merugikan pemegang saham.<sup>95</sup>

#### 10. *Theory of Planned Behavior* (TPB)

*Theory of Planned Behavior* (TPB) merupakan perluasan dari teori sebelumnya yakni *Theory of Reasoned Action* (TRA). Dalam TRA dijelaskan bahwa niat terhadap sebuah perilaku didasari oleh dua faktor utama yaitu *attitude toward the behavior* dan *subjective norms* (Fishbein dan Ajzen, 1975), sedangkan dalam TPB ditambahkan satu faktor lagi yaitu *perceived behavioral control*.

*Attitude toward the behavior* (sikap terhadap perilaku) dipengaruhi oleh *behavioral belief* sebagai keyakinan akan hasil dari perilaku (*outcome beliefs*) dan evaluasi dari perilaku tersebut. Keyakinan akan hasil dan evaluasi dari perilaku ini akan membentuk sikap (*attitude*) yang merupakan respon positif atau negatif terhadap perilaku tersebut. *Attitude toward the behavior* diyakini memiliki dampak langsung terhadap kehendak untuk berperilaku yang kemudian dihubungkan dengan *subjective norms* (dipengaruhi *normative beliefs* yang mengacu pada tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan

<sup>95</sup> Shuping Chen et. al., "Are Family Firms more Tax Aggressive than Non-family Frms?", *Journal of Financial Economics*. 1 (2010), 8-10.

perilaku) dan *preceived behavioral control* (dipengaruhi oleh *control beliefs* yang mengacu pada kemudahan atau kesulitan yang dirasakan dalam melakukan perilaku).<sup>96</sup>

TPB sangat relevan untuk menjelaskan perilaku yang memerlukan sebuah perencanaan, seperti agresivitas pajak yang dilakukan melalui *tax planning*. Wajib pajak yang sadar pajak, akan memiliki keyakinan mengenai pentingnya membayar pajak untuk pembiayaan pembangunan dan kesejahteraan negara (*behavioral beliefs*). Sebaliknya keyakinan yang rendah terhadap pentingnya membayar pajak akan menyebabkan rendahnya kesadaran untuk membayar pajak melalui perilaku agresivitas pajak.<sup>97</sup>

Harapan pihak prinsipal yang menginginkan perusahaan memiliki performa baik dengan mendapatkan laba yang tinggi (*normative beliefs*) akan memunculkan motivasi pada manajemen untuk dapat memenuhinya, hal ini akan membentuk pemikiran lain seperti prinsipal mendukung atau tidaknya ketika pihak manajemen melakukan agresivitas pajak. Sedangkan pemerintah dan masyarakat berharap agar perusahaan membayar pajaknya dengan jujur.

Selain itu, sikap terhadap pembayaran pajak akan muncul dari keyakinan pihak manajemen mengenai kemampuan yang dimiliki

<sup>96</sup> Icek Ajzen, "Theory of Planned Behavior", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50 (1991), 179-211.

<sup>97</sup> Kholid Hidayat, Arles P. Ompusunggu, dan H. Suratno, "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)*, 2 (2016), 42.

perusahaan seperti aset dan sumber daya yang dapat mendukung atau menghambat tindakan agresivitas pajak dan anggapan manajemen tentang seberapa besar kemampuan hal-hal yang dapat menjadi pendukung atau penghambat perilaku agresivitas pajak tersebut (*control beliefs*).



## BAB III

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019. Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang mengolah barang mentah menjadi barang setengah jadi dan atau barang jadi. Jenis perusahaan ini menjadi mayoritas atau telah mendominasi perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, hal tersebut dikarenakan jumlahnya yang banyak dan bervariasi. Perusahaan manufaktur terdiri dari tiga macam sektor industri utama, yaitu industri dasar dan kimia (*basic industry and chemical*), aneka industri (*miscellaneous industry*), dan industri barang konsumsi (*consumer goods industry*).

Penelitian ini menggunakan data dari laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keuangan (*financial report*) perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagaimana telah dibahas pada bab sebelumnya. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam proses pengumpulan data adalah metode *purposive sampling*, yaitu metode pengambilan sampel dengan kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Adapun proses seleksi telah dilakukan sebagai berikut:



**Tabel 3.1**  
**Hasil Penentuan Sampel**

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode penelitian 2017-2019	183
2	Tidak tersedia laporan tahunan lengkap selama periode penelitian 2017-2019	(53)
3	Tidak menyajikan laporan keuangan menggunakan satuan rupiah	(25)
4	Tidak memiliki profitabilitas positif selama periode penelitian	(28)
5	Tidak memiliki kelengkapan data yang berkaitan dengan variabel yang dibutuhkan dalam penelitian	(8)
6	<i>Outlier</i>	(34)
7	Perusahaan yang menjadi sampel	35
9	Total data sampel penelitian (35 x 3 Tahun)	105

*Sumber:* Data diolah, 2020

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah populasi perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019 adalah 183 Perusahaan. Dari 183 perusahaan tersebut, terdapat 53 perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan tahunan periode 2017-2019 pada situs resmi Bursa Efek Indonesia, 25 perusahaan tidak menyajikan laporan keuangan menggunakan satuan rupiah, 28 perusahaan mengalami kerugian pada periode 2017-2019, dan 8 perusahaan tidak memiliki kelengkapan data yang berkaitan dengan variabel yang peneliti butuhkan, sehingga setelah melakukan penarikan sampel awal diperoleh 69 perusahaan, setelah diolah menjadi 35 perusahaan dikarenakan uji asumsi klasik tidak terpenuhi. Total 35 perusahaan selama 3 tahun pengamatan, sehingga diperoleh 105 data sampel penelitian yang dapat diolah. Berikut daftar perusahaan manufaktur yang menjadi sampel dalam penelitian ini:

**Tabel 3.2**  
**Daftar Nama Perusahaan Sampel**

No.	Kode	Nama Perusahaan	Jenis Sektor
1	ADES	Akasha Wira International Tbk	Industri Barang Konsumsi
2	ALDO	Alkindo Naratama Tbk	Industri Dasar dan Kimia
3	ARNA	Arwana Citramulia Tbk	Industri Dasar dan Kimia
4	AUTO	Astra Otoparts Tbk	Aneka Industri
5	BELL	Trisula Textile Industries Tbk	Aneka Industri
6	BOLT	Garuda Metalindo Tbk	Aneka Industri
7	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk	Industri Barang Konsumsi
8	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk	Industri Barang Konsumsi
9	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	Industri Barang Konsumsi
10	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk	Industri Barang Konsumsi
11	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk	Industri Dasar dan Kimia
12	DLTA	Delta Djakarta Tbk	Industri Barang Konsumsi
13	DVLA	Darya-Varia Laboratoria Tbk	Industri Barang Konsumsi
14	EKAD	Ekadharma International Tbk	Industri Dasar dan Kimia
15	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk	Industri Barang Konsumsi
16	HRTA	Hartadinata Abadi Tbk	Industri Barang Konsumsi
17	IGAR	Champion Pacific Indonesia Tbk	Industri Dasar dan Kimia
18	INCI	Intanwijaya Internasional Tbk	Industri Dasar dan Kimia
19	INDS	Indospring Tbk	Aneka Industri
20	JECC	Jembo Cable Company Tbk	Aneka Industri
21	JSKY	Sky Energy Indonesia Tbk	Aneka Industri
22	KLBF	Kalbe Farma Tbk	Industri Dasar dan Kimia
23	MDKI	Emdeki Utama Tbk	Industri Dasar dan Kimia
24	PBID	Panca Budi Idaman Tbk	Industri Dasar dan Kimia
25	SCCO	Supreme Cable Manufacturing & Commerce Tbk	Aneka Industri
26	SIDO	Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk	Industri Barang Konsumsi
27	SMSM	Selamat Sempurna Tbk	Aneka Industri
28	SPMA	Suparma Tbk	Industri Dasar dan Kimia
29	TBLA	Tunas Baru Lampung Tbk	Industri Barang Konsumsi
30	TCID	Mandom Indonesia Tbk	Industri Barang Konsumsi
31	TOTO	Surya Toto Indonesia Tbk	Industri Dasar dan Kimia
32	TSPC	Tempo Scan Pacific Tbk	Industri Barang Konsumsi
33	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk	Industri Barang Konsumsi
34	VOKS	Voksel Electric Tbk	Aneka Industri
35	WOOD	Integra Indocabinet Tbk	Industri Barang Konsumsi

*Sumber:* Data diolah, 2020



1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
22.	KLBF	0.154	0.154	0.253	0.148	0.138	0.125	30.441	30.529	30.640	0.243	0.245	0.254
23.	MDKI	0.176	0.209	0.264	0.054	0.037	0.036	27.489	27.541	27.552	0.206	0.233	0.227
24.	PBID	0.088	0.110	0.110	0.127	0.130	0.096	28.232	28.462	28.481	0.237	0.227	0.249
25.	SCCO	0.154	0.187	0.187	0.067	0.061	0.069	29.021	29.058	29.113	0.219	0.260	0.266
26.	SIDO	0.242	0.385	0.407	0.169	0.199	0.228	28.781	28.836	28.894	0.217	0.235	0.248
27.	SMSM	0.165	0.165	0.198	0.227	0.226	0.206	28.524	28.661	28.765	0.229	0.235	0.223
28.	SPMA	0.143	0.154	0.154	0.042	0.036	0.055	28.408	28.456	28.495	0.239	0.250	0.258
29.	TBLA	0.385	0.385	0.385	0.068	0.047	0.038	30.272	30.424	30.485	0.233	0.267	0.270
30.	TCID	0.209	0.242	0.220	0.076	0.071	0.057	28.490	28.525	28.568	0.263	0.262	0.278
31.	TOTO	0.275	0.286	0.286	0.099	0.120	0.048	28.670	28.695	28.702	0.261	0.233	0.242
32.	TSPC	0.044	0.044	0.044	0.075	0.069	0.071	29.637	29.694	29.756	0.251	0.257	0.253
33.	ULTJ	0.165	0.176	0.176	0.137	0.126	0.157	29.277	29.346	29.519	0.307	0.261	0.247
34.	VOKS	0.209	0.220	0.297	0.079	0.042	0.069	28.378	28.541	28.739	0.278	0.257	0.196
35.	WOOD	0.077	0.121	0.121	0.045	0.053	0.040	28.977	29.155	29.339	0.267	0.254	0.231

Sumber: Data diolah, 2020

Tabel di atas menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) perusahaan manufaktur pada tahun 2017-2019 yang memiliki nilai pengungkapan tertinggi adalah PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk, sebesar 0,407 pada tahun 2019 dan 0,385 pada tahun 2018, setra PT. Tunas Baru Lampung Tbk sebesar 0,385 pada tahun 2017 dan 2018. Nilai pengungkapan yang tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan melakukan kegiatan dalam aspek sosial, lingkungan dan ekonomi dengan jumlah yang lebih banyak. Sedangkan yang memiliki nilai pengungkapan terendah adalah PT. Akasha Wira International Tbk pada tahun 2017 dan 2018 dan PT. Tempo Scan Pacific Tbk tahun 2017-2019 dengan nilai yang sama sebesar 0,044.

Profitabilitas pada perusahaan manufaktur tahun 2017-2019 yang dihitung dengan *return on asset* (ROA) menunjukkan nilai tertinggi dimiliki oleh PT. Selamat Sempurna Tbk yakni sebesar 0,227 pada tahun 2017 dan

0,226 pada tahun 2018 sedangkan untuk tahun 2019 dengan nilai sebesar 0,228 dimiliki oleh PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa manajemen memiliki kinerja yang bagus dalam mengelola perusahaan, sebaliknya nilai profitabilitas yang rendah berarti kinerja manajemen belum maksimal. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa PT. Budi Starch & Sweetener Tbk memiliki nilai profitabilitas terendah selama 3 tahun berturut-turut yakni sebesar 0,016; 0,015; dan 0,021.

Ukuran perusahaan (*SIZE*) menggambarkan seberapa besar aset yang dimiliki perusahaan. Terlihat pada tabel, nilai terbesar ukuran perusahaan manufaktur pada tahun 2017-2019 adalah 30,831; 30,950; dan 31,010 merupakan nilai ukuran perusahaan dari PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk dan nilai terendah 26,440; 26,693; dan 26,728 merupakan nilai dari PT. Intanwijaya Internasional Tbk.

Nilai tertinggi agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur tahun 2017-2019 yang diprosikan dengan *effective tax rate* (ETR) adalah 0,307 pada tahun 2017 dari PT. Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk, lalu 0,297 pada tahun 2018 dari PT. Budi Starch & Sweetener Tbk, dan 0,308 pada tahun 2019 dari PT. Voksel Electric Tbk. Nilai ETR yang tinggi mengindikasikan semakin kecil kemungkinan adanya tindakan agresivitas pajak, sebaliknya nilai terendah pada tahun 2017 sebesar 0,195 dari PT. Sariguna Primatirta Tbk, tahun 2017 sebesar 0,210 dari PT. Astra Otoparts Tbk, dan pada tahun 2019 sebesar 0,196 dari PT. Ekadharma International

Tbk, mengindikasikan tingginya kemungkinan terjadinya tindakan agresivitas pajak.

### C. Analisis dan Pengujian Hipotesis

#### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menjelaskan deskripsi data penelitian dari keseluruhan variabel yang dilihat dari nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi. Berikut hasil analisis statistik deskriptif dari masing-masing variabel:

**Tabel 3.4**  
**Hasil Analisis Statistik Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	105	.044	.407	.20837	.086248
ROA	105	.015	.228	.08632	.051814
SIZE	105	26.440	31.010	28.37978	1.072562
ETR	105	.195	.308	.24912	.021488
Valid N (listwise)	105				

*Sumber:* Output SPSS

Dari tabel hasil analisis statistik deskriptif, dapat dilihat bahwa jumlah sampel yang diuji sebanyak 105 data. Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) memiliki nilai minimum sebesar 0,044 dan nilai maksimum sebesar 0,407. Profitabilitas (ROA) memiliki nilai minimum sebesar 0,015 dan nilai maksimum sebesar 0,228. Ukuran perusahaan (*SIZE*) memiliki nilai minimum sebesar 26,440 dan nilai maksimum sebesar 31,010. Agresivitas pajak (ETR) memiliki nilai minimum sebesar 0,195 dan nilai maksimum sebesar 0,308.

Nilai rata-rata (*mean*) untuk variabel pengungkapan CSR, profitabilitas, dan ukuran perusahaan adalah sebesar 0,20837; 0,08632; dan 28,37978 sedangkan variabel agresivitas pajak sebesar 0,24912. Tingkat variasi data yang ditunjukkan melalui nilai untuk masing-masing variabel independen yaitu 0,086248; 0,051814; dan 1,072562 sedangkan untuk nilai agresivitas pajak adalah sebesar 0,021488. Nilai standar deviasi yang lebih rendah dari nilai rata-rata menunjukkan bahwa sebaran data sudah merata atau perbedaan data satu dengan data lain tidak tergolong tinggi.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

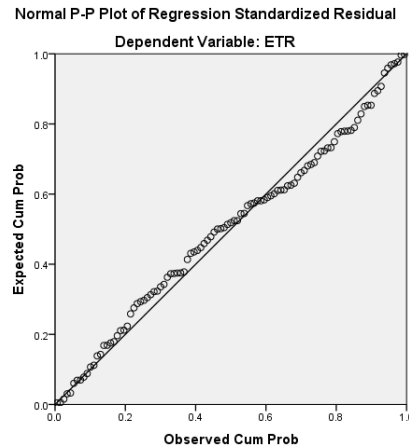
Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual data dari model regresi linear memiliki distribusi normal atau tidak.

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis grafik dan analisis statistik. Berikut hasil uji normalitas dalam penelitian ini:

#### 1) Analisis Grafik

Analisis grafik dalam penelitian ini dilihat dari grafik normal *probability plot*, yaitu jika titik-titik plot berada di sekitar garis diagonal dan tidak melebar dari garis diagonal, maka dapat disimpulkan data tersebut berdistribusi normal. Adapun hasil uji normalitas dengan analisis grafik adalah sebagai berikut:

**Gambar 3.1**  
**Uji Normalitas dengan P-P Plot**



*Sumber:* Output SPSS

Gambar di atas menunjukkan bahwa titik-titik plot mengikuti dan mendekati garis diagonal sehingga disimpulkan bahwa data pada penelitian ini terdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

## 2) Analisis Statistik

Analisis statistik menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test menggunakan SPSS, yaitu dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 3.5**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.02110969
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.064
	Negative	-.056
Test Statistic		.064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

*Sumber:* Output SPSS



Berdasarkan hasil uji normalitas dengan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test dapat diketahui bahwa nilai Asymp Sig (2 tailed) sebesar 0,200 yaitu lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan residual data terdistribusi secara normal.

#### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya kemiripan antar variabel independen dalam suatu model regresi, karena model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independennya. Multikolinieritas dapat dideteksi dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) harus di bawah 10 dan nilai *Tolerance* harus di atas 0,10. Adapun hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3.6**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	CSR	.990	1.011
	ROA	.976	1.025
	SIZE	.970	1.031

a. Dependent Variable: ETR

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas dapat dilihat bahwa nilai VIF variabel CSR ( $X_1$ ) senilai 1,011 nilai *tolerance* sebesar 0,990. Variabel ROA ( $X_2$ ) memiliki VIF sebesar 1,025 dan nilai *tolerance* sebesar 0,976. Sementara variabel *SIZE* ( $X_3$ ) memiliki VIF sebesar 1,031 dan nilai *tolerance* sebesar 0,970. Semua variabel

tersebut memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10 dengan *tolerance* di atas 0,10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari asumsi multikolinearitas.

### c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat korelasi kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$ , karena model regresi yang baik terbebas dari autokorelasi. Dalam penelitian menggunakan uji *runs test* yang mana jika nilai signifikannya  $> 0,05$  dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi. Berikut adalah hasil dari uji autokorelasi:

**Tabel 3.7**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

<b>Runs Test</b>	
	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	.00098
Cases < Test Value	52
Cases $\geq$ Test Value	53
Total Cases	105
Number of Runs	49
Z	-.882
Asymp. Sig. (2-tailed)	.378

a. Median

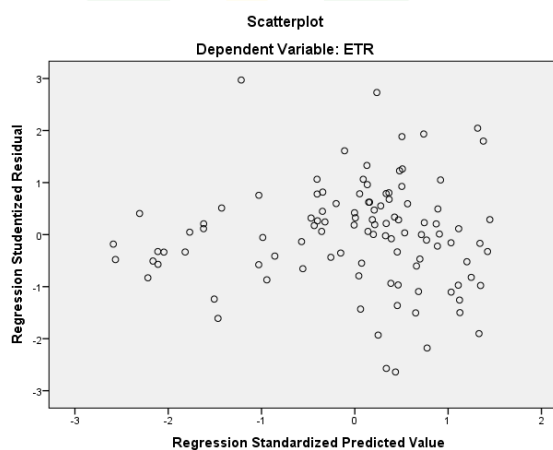
Sumber: Output SPSS

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0,378 atau lebih besar dari 0,05. Artinya data terbebas dari autokorelasi, karna nilai signifikan lebih besar dari nilai alpha ( $\alpha$ ).

#### d. Uji Heteroskedastiditas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat menggunakan pola gambar *Scatterplot*.

**Gambar 3.2**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



*Sumber:* Output SPSS

Dari gambar *Scatterplot* di atas terlihat bahwa sebaran titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu, dan tersebar di atas, di bawah serta di sekitar angka 0 pada sumbu Y. maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

### 3. Pengujian Hipotesis

#### a. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen yaitu pengungkapan *corporate social*

*responsibility* (CSR), profiabilitas (ROA), dan ukuran perusahaan (*SIZE*) terhadap variabel dependen yaitu agresivitas pajak (ETR).

Berikut adalah hasil uji t dalam penelitian ini:

**Tabel 3.8**  
**Hasil Uji t (Parsial)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.287	.056		5.148	.000
	CSR	.006	.024	.026	.261	.794
	ROA	-.070	.041	-.169	-1.707	.091
	SIZE	-.001	.002	-.059	-.595	.553

a. Dependent Variable: ETR

Sumber: Output SPSS

#### 1) Pengujian Hipotesis Pertama ( $H_1$ )

Hipotesis pertama ( $H_1$ ) dalam penelitian ini adalah pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Hasil uji t pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada variabel pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) sebesar 0,794. Nilai sig. 0,794 >  $\alpha$  0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama ( $H_1$ ) ditolak dan pengungkapan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

#### 2) Pengujian Hipotesis Kedua ( $H_2$ )

Hipotesis kedua ( $H_2$ ) dalam penelitian ini adalah profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Hasil uji t pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada variabel profitabilitas (ROA) sebesar 0,091. Nilai sig. 0,091 >  $\alpha$  0,05 sehingga

dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama ( $H_2$ ) ditolak dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

### 3) Pengujian Hipotesis Ketiga ( $H_3$ )

Hipotesis ketiga ( $H_3$ ) dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Hasil uji t pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada variabel ukuran perusahaan (*SIZE*) sebesar 0,553. Nilai sig.  $0,553 > \alpha 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama ( $H_3$ ) ditolak dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

#### b. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen yaitu pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), profitabilitas (ROA), dan ukuran perusahaan (*SIZE*) secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu agresivitas pajak (ETR). Berikut adalah hasil uji F dalam penelitian ini:

**Tabel 3.9**  
**Hasil Uji F (Simultan)**  
ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.002	3	.001	1.218	.307 <sup>b</sup>
	Residual	.046	101	.000		
	Total	.048	104			

a. Dependent Variable: ETR

b. Predictors: (Constant), *SIZE*, CSR, ROA

Sumber: Output SPSS

Tabel hasil uji F di atas menunjukkan bahwa nilai F sebesar 1,218 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,307 yang mana nilai

tersebut berada di atas nilai signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak sebagai hipotesis keempat ( $H_4$ ) ditolak.

#### 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, juga menunjukkan arah hubungan variabel independen dengan variabel dependen. Adapun hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3.10**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.287	.056		5.148	.000
	CSR	.006	.024	.026	.261	.794
	ROA	-.070	.041	-.169	-1.707	.091
	SIZE	-.001	.002	-.059	-.595	.553

b. Dependent Variable: ETR

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan tabel di atas model regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$ETR_{it} = a_0 + \beta_1 CSR + \beta_2 ROA + \beta_3 SIZE + e$$

$$ETR_{it} = 0,287 + 0,006 CSR - 0,070 ROA - 0,001 SIZE + e$$

Dari persamaan regresi yang telah disusun di atas, dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 0,287 menunjukkan bahwa jika nilai variabel independen (CSR, ROA, dan *SIZE*) dianggap konstan, maka variabel dependen (ETR) memiliki nilai sebesar 0,287.
- b. Nilai koefisien pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) sebesar 0,006 memiliki arah pengaruh positif terhadap ETR, artinya jika CSR dinaikkan satu-satuan maka akan meningkatkan nilai ETR sebesar 0,006. Nilai ETR berbanding terbalik dengan agresivitas pajak, sehingga CSR memiliki arah pengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.
- c. Nilai koefisien profitabilitas (ROA) sebesar -0,070 memiliki arah pengaruh negatif terhadap ETR, artinya jika ROA dinaikkan satu-satuan maka akan menurunkan nilai ETR sebesar 0,070. Nilai ETR berbanding terbalik dengan agresivitas pajak, sehingga ROA memiliki arah pengaruh positif terhadap agresivitas pajak.
- d. Nilai koefisien ukuran perusahaan (*SIZE*) sebesar -0,001 memiliki arah pengaruh negatif terhadap ETR, artinya jika *SIZE* dinaikkan satu-satuan maka akan menurunkan nilai ETR sebesar 0,001. Nilai ETR berbanding terbalik dengan agresivitas pajak, sehingga *SIZE* memiliki arah pengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

##### 5. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti

bahwa kemampuan variabel independen amat terbatas dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Sedangkan nilai yang mendekati satu berarti bahwa variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Adapun hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel 3.11**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.187 <sup>a</sup>	.035	.006	.021421

a. Predictors: (Constant), SIZE, CSR, ROA

b. Dependent Variable: ETR

Sumber: Output SPSS

Dari tabel di atas diketahui nilai *Adjusted R Square* yang diperoleh sebesar 0,006 atau 0,6%. Hal ini berarti bahwa variasi atau perubahan dari variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam penelitian ini hanya 0,6% sedangkan sisanya yaitu sebesar 0,994 atau 99,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### **D. Pembahasan**

Berdasarkan hasil analisis data penelitian tentang pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak diperoleh hasil sebagai berikut:

##### **1. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, hipotesis pertama dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “pengungkapan



*corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak” setelah diuji ternyata hasilnya menunjukkan bahwa variabel pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap agresivitas pajak dengan nilai signifikansi sebesar 0,794 yang mana lebih besar dari nilai  $\alpha = 0,05$  sehingga  $H_1$  ditolak.

Hal ini disebabkan karena perusahaan tidak menggunakan pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai upaya dalam menurunkan beban pajaknya, melainkan sebagai bentuk kepatuhan dan tanggungjawab dari pelaksanaan Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 pasal 6 terkait informasi pelaksanaan *corporate social responsibility* dalam laporan tahunan (*annual report*). Pengungkapan tersebut juga digunakan sebagai bentuk transparansi kepada para pemangku kepentingan.

Tidak terjadinya signifikansi mengindikasikan bahwa perusahaan sebagai wajib pajak memiliki kesadaran akan tanggungjawab sosialnya terhadap pemerintah dan masyarakat melalui tindakan pembayaran pajak, Hasil ini sesuai dengan teori *stakeholder* yang mana perusahaan tidak hanya bergerak untuk kepentingannya sendiri melainkan juga memberi manfaat bagi para *stakeholdernya* (pemerintah, masyarakat, dan pihak lain). Selain itu dengan melakukan hal tersebut akan membuat perusahaan mendapatkan manfaat timbal balik contohnya, meningkatkan citra baik perusahaan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Napitu dan Kurniawan (2016); Shinta (2017) dan Gunawan, dkk (2018) yang menyatakan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Namun hasil ini berbeda dengan penelitian Dharma dan Noviani (2017); Mustika (2017); dan Amelia (2018) yang menyatakan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

## **2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, hipotesis kedua dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak” setelah diuji ternyata hasilnya menunjukkan bahwa variabel profitabilitas (ROA) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap agresivitas pajak dengan nilai signifikansi sebesar 0,091 yang mana lebih besar dari nilai  $\alpha = 0,05$  sehingga  $H_2$  ditolak.

Hal ini disebabkan karena perusahaan yang memiliki keberhasilan manajemen dalam pengelolaan kekayaan akan mendapatkan profitabilitas yang bagus, sehingga tidak akan melakukan tindakan agresivitas pajak. Perusahaan yang mampu menghasilkan laba diasumsikan tidak agresif terhadap beban pajaknya karena mampu mengatur pendapatan dan kewajibannya, salah satunya berupa pembayaran pajak.

Tidak terjadinya signifikansi juga mengindikasikan bahwa terdapat perubahan dalam sikap perusahaan sebagai wajib pajak yang hanya

berusaha mementingkan upaya memaksiamalkan keuntungan yang ditargetkan menjadi wajib pajak yang memiliki rasa tanggungjawab terhadap pembayaran pajak sebagai kontribusi terhadap negara.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Mustika (2017) yang menyatakan bahwa profitabilitas (ROA) tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Akan tetapi hasil penelitian ini berlawanan dengan penelitian Napitu dan Kurniawan (2016); Gemilang (2017); Mustalifah (2017); Shinta (2017); dan Leksono, dkk (2019) yang menyatakan bahwa profitabilitas (ROA) berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

### **3. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, hipotesis ketiga dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak” setelah diuji ternyata hasilnya menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan (*SIZE*) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap agresivitas pajak dengan nilai signifikansi sebesar 0,553 yang mana lebih besar dari nilai  $\alpha = 0,05$  sehingga  $H_3$  ditolak.

Hal ini disebabkan karena besar kecilnya ukuran perusahaan tidak membuatnya lepas dari sorotan masyarakat umum terkait dengan perolehan laba yang didapatkan perusahaan, sehingga mampu menarik perhatian fiskus dalam mengontrol pembayaran pajak perusahaan yang

sesuai atau sebanding dengan hasil laba yang didapatkan sebagai wajib pajak berdasarkan peraturan perpajakan yang berlaku.

Tidak terjadinya signifikansi juga mengindikasikan bahwa baik perusahaan kecil maupun besar akan berusaha menjaga nama baiknya di depan seluruh *stakeholdernya*, sehingga membuat perusahaan cenderung tidak melakukan tindakan agresivitas pajak karena hal tersebut dapat mempengaruhi persepsi *stakeholder* terhadap baik buruknya sebuah perusahaan.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Gemilang (2017) dan Mustika (2017) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Namun tidak selaras dengan hasil penelitian Napitu dan Kurniawan (2016) dan Leksono, dkk (2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

#### **4. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan secara simultan terhadap Agresivitas Pajak**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, hipotesis keempat dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “pengungkapan *corporate social responsibility*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak” setelah diuji ternyata hasilnya menunjukkan bahwa variabel independen yaitu pengungkapan *corporate social responsibility*, profitabilitas, dan ukuran

perusahaan secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak dengan nilai signifikansi sebesar 0,307 yang mana lebih besar dari nilai  $\alpha = 0,05$  sehingga  $H_4$  ditolak.

Pada dasarnya tidak ada wajib pajak yang senang dalam melakukan pembayaran pajak karena bersifat mengekang yang dipungut secara paksa dan disertai ancaman sanksi atau hukuman bilamana tidak dipatuhi. Namun bukan berarti wajib pajak tidak bersedia memberikan kontribusinya terhadap pembangunan dan kesejahteraan bangsa. Selain itu, sebenarnya perusahaan juga mendapatkan manfaat dengan melakukan pembayaran pajak yang jujur seperti, meningkatkan citra baik perusahaan, mendapatkan legitimasi dari masyarakat, dan meningkatkan nilai perusahaan di mata investor.

Hasil penelitian sesuai dengan *theory of planned behavior* (TPB) yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kesadaran untuk memberikan kontribusi kepada negara sekaligus akan mendapatkan manfaat lain yang dapat dinikmati perusahaan atas pembayaran pajak (*behavioral beliefs*), sehingga perusahaan memberikan respon sikap (*attitude*) positif yakni berusaha untuk tidak melakukan tindakan agresivitas pajak. Perusahaan tidak melakukan tindakan agresif tersebut juga dikarenakan memiliki kemampuan dalam membayar beban pajaknya dari hasil laba yang diperoleh (*control beliefs*) dan membuat manajemen perusahaan tidak hanya dapat memenuhi harapan pemerintah serta masyarakat untuk menjadi wajib pajak yang taat (*normative beliefs*) akan tetapi juga memenuhi harapan prinsipal. Karena perusahaan kecil maupun besar akan selalu menjadi sorotan masyarakat, saat

perusahaan melakukan tanggungjawabnya yang berimplikasi pada masyarakat, maka hal itu akan membuat masyarakat yang tak lain sebagai konsumen juga akan semakin loyal dan percaya dengan perusahaan sehingga mampu meningkatkan produktifitas perusahaan dan tentunya berdampak pada perolehan profitabilitas atau laba yang tinggi pula.



## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak baik secara parial maupun simultan. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengungkapan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan manufaktur.
2. Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan manufaktur.
3. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan manufaktur.
4. Pengungkapan *corporate social responsibility*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan manufaktur.

Pada dasarnya tidak ada wajib pajak yang senang dalam melakukan pembayaran pajak karena bersifat mengekang yang dipungut secara paksa dan disertai ancaman sanksi atau hukuman bilamana tidak dipatuhi. Namun bukan berarti wajib pajak tidak bersedia memberikan kontribusinya terhadap pembangunan dan kesejahteraan bangsa.

## B. Saran

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel independen yang terkait dengan variabel dependen yakni agresivitas pajak yang tidak terdapat dalam penelitian ini.
2. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan proksi selain *Effective Tax Rate* (ETR) dalam mengukur agresivitas pajak, karena proksi pengukuran agresivitas pajak selain ETR masih beragam.
3. Penelitian selanjutnya sebaiknya melakukan perluasan sampel sehingga dapat memberikan hasil yang berbeda dan semakin akurat, perlu juga ditambah tahun penelitian agar data lebih valid dan *reliable*.





## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, Icek. (1991). "Theory of Planned Behavior". *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 50: 179-211.
- Amelia, Nancy Rizki. 2018. "Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Corporate Governance* Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2016)". Skripsi, Universitas Islam Indonesia.
- Badan Pusat Statistik. "Realisasi Pendapatan Negara". Diakses 30 juni 2020. <https://www.bps.go.id/statistictable/2009/20/24/1286/realisasi-pendapatan-negara-milyar-rupiah-2007-2020.html>.
- Chen, Shuping et. al. 2010. "Are Family Firms more Tax Aggressive than Non-family Frms?", *Journal of Financial Economics*. 91(1): 8-10.
- Dharma, Nyoman B.S., dan Naniek Noviyari. 2017. "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Capital Intensity* Terhadap *Tax Avoidance*". *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*.18(1): 529-556.
- Findiarningtias, Fenti., dkk. 2017. "Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, *Return on Asset*, dan *Leverage* Terhadap Agresivitas Pajak (Studi pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2015)". *e-Proceeding of Management*. 4(2): 1724.
- Gemilang, Desi Nawang. 2017. "Pengaruh Likuiditas, *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan *Capital Intensity* Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di BEI pada Tahun 2013-2015)". Skripsi, Insititut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- \_\_\_\_\_. 2013. *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif untuk Akuntansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Semarang: Yoga Pratama.
- Ghozali, Imam., dan Anis Chariri. 2014. *Teori Akuntansi International Financing Reporting System (IFRS)*. Edisi 4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, N. S. Savira., dkk. 2018. "Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Leverage* Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Utama dan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa

Efek Indonesia Periode 2014-2016)". *Akuntabilitas: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Akuntansi*. 12(2): 125-144.

Harahap, Sofyan yafri. 2011. *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. Jakarta : Rajawali Pers.

Hidayat, Kholid., A.P. Ompusunggu., dan H. Suratno. (2016). "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)*. 2 (2) : 39-58.

Kementrian Keuangan RI. "APBN Kita 2017-2019". Diakses 22 September 2020. <https://www.kemenkeu.go.id/apbnkita>.

Lanis, Roman., and Grant Richardson. 2012. "*Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An emprecial analysis*", *J. Account. Public Policy* 31: 86-108.

\_\_\_\_\_. 2012. "*Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: a test of Legitimacy Theory*". *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. 26 (1): 79-100.

Latan, Hengky. 2013. *Analisis Multivariate: Teknik dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.

Leksono, A.W., dkk. 2019. "Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Manufaktur yang Listing di BEI Periode Tahun 2013–2017". *Journal Of Applied Business and Economic*. 5(4): 301-314.

Mardikanto, Totok. 2018. *CSR (Corporate Social Responsibility) (Tanggungjawab Sosial Korporasi)*. Bandung: Alfabeta.

Mustalifah, Ani. 2018. "Pengaruh *Return on Assets (ROA)*, *Leverage*, *Capital Intensity*, Kompensasi Rugi Fiskal dan Kepemilikan Institusional Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2014-2016)". Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Surakarta.

Napitu, Army Thesa., dan Christophorus Heni Kurniawan. 2016. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2014". *Simposium Nasional Akuntansi XIX*: 0-24.

- Nurchayono., dan Ida Kristiana. 2019. “Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Agresivitas Pajak: Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2017”, *Maksimum Media Akuntansi Universitas Muhammadiyah Semarang*, 9(2): 117-125.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.
- Prasista, Putu Meita., dan Ery Setiawan. 2016. “Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak Penghasilan Wajib Pajak Badan”, *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. 17(3): 2120-2144.
- PT Bursa Efek Indonesia. “Daftar Saham”. Diakses 23 Agustus 2020. [www.idx.co.id/data-pasar/data-saham/daftar-saham/](http://www.idx.co.id/data-pasar/data-saham/daftar-saham/).
- Sekretariat Negara RI, Undang–Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Sekretariat Negara RI, Undang-undang Nomor. 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan.
- Sekretariat Negara RI, Undang-undang Nomor. 16 Tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.
- Setyoningrum, Dewi., dan Zulaikha. 2019. “Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Struktur Kepemilikan Terhadap Agresivitas Pajak”. *Diponegoro Journal Of Accounting*.8(3): 1-15.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Shinta, Wigya Afrila. 2017. “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), Kinerja Keuangan dan Mekanisme *Corporate Governance* (CG) Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2015)”. Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Surakarta.

- Sulistyowati dan Lisa Ariska Ulfah. 2018. "Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, dan *Leverage* Terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2015 ". *BALANCE*. 15(2): 237-253 .
- Susanto, Liana., dkk. 2018. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak". *Jurnal Ekonomi*. 23(1): 10-19.
- Susilowati, Yeye., dkk. 2018. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas, Capital Intensity Ratio, dan Komisaris Independen Terhadap Effective Tax Rate (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2014-2016)". *Prosiding SENDI U*: 796-804.
- Tim Penyusun. 2017. *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Pers.



## Matrik Penelitian

Judul	Variabel	Indikator	Sumber Data	Rumusan Masalah	Hipotesis	Metode Penelitian		
Faktor-faktor yang mempengaruhi Agresivitas Pajak Perusahaan Manufaktur	Pengungkapan CSR (X1)	1. Ekonomi	Data Sekunder: 1. Laporan Keuangan dan Tahunan Perusahaan	1. Apakah Pengungkapan <i>Social Corporate Responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak?	H <sub>1</sub> : Pengungkapan <i>Social Corporate Responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak	1. Menggunakan pendekatan kuantitatif 2. Jenis penelitian: Hipotesis 3. Metode pengumpulan data: a. Studi pustaka b. Dokumentasi 4. Analisis data: a. Statistik deskriptif b. Uji asumsi klasik c. Uji hipotesis d. Analisis regresi linear berganda e. Uji koefisien determinasi (R <sup>2</sup> )		
		2. Lingkungan					2. Apakah Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak?	H <sub>2</sub> : Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak
		3. Sosial					3. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak?	H <sub>3</sub> : Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak
	Return On Assets	4. Apakah pengungkapan <i>Social Corporate Responsibility</i> , Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak?					H <sub>4</sub> : Pengungkapan <i>Social Corporate Responsibility</i> , Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak	
	Ukuran Perusahaan (X3)	Total aset perusahaan						
	Agresivitas Pajak (Y)	Effective Tax Rate						

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawa ini:

Nama : Elok Muhibbatul Farida

NIM : E20173033

Prodi/Jurusan : Akuntansi Syariah/Ekonomi Islam

Institut : IAIN Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi ini adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Jember, 11 November 2020

Saya yang menyatakan



Elok Muhibbatul Farida

NIM.E20173033



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 1 mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68136  
Website : [WWW.in-jember.ac.id](http://WWW.in-jember.ac.id) – e-mail : [info@iain-jember.ac.id](mailto:info@iain-jember.ac.id)

Nomor : B- **607** /In.20/7.a/PP.00.9/10/2020  
Lampiran : -  
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Yth.

**Kepala Laboratorium FEBI IAIN Jember**

di-

TEMPAT

Diberitahukan dengan hormat, Mohon berkenan kepada Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan izin penelitian dengan identitas sebagai berikut :

Nama Mahasiswa : Elok Muhibbatul Farida  
NIM : E20173033  
Semester : VII  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Akuntansi Syariah  
No Telpon : 081237771910  
Dosen Pembimbing : Agung Parmono, S.E., M.Si  
NIP : 19751216 200912 1 002  
Judul Penelitian : Faktor-faktor yang mempengaruhi Agresivitas Pajak Perusahaan Manufaktur

Demikian Surat Permohonan izin penelitian ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Jember, 27 Oktober 2020

a.n. Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik



**Abdul Rokhm**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 1 Mangli Jember, Kode Pos 68136, Telp (0331) 487550, 427005  
Fax (0331) 427005, Web: [www.iain-jember.ac.id](http://www.iain-jember.ac.id), email: [info@iain-jember.ac.id](mailto:info@iain-jember.ac.id)

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : B-~~18~~/In.20/7.a/PP.00.9/11/2020

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Merujuk surat Nomor B-607/In.20/7.a/PP.00.9/10/2020 dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas berikut :

Nama : Elok Muhibbatul Farida  
NIM : E20173033  
Semester : VII (Tujuh)  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Akuntansi Syariah  
Judul Skripsi : Faktor-faktor yang mempengaruhi Agresivitas Pajak Perusahaan Manufaktur

Telah selesai melakukan penelitian dengan pengambilan data sekunder dari website resmi Bursa Efek Indonesia selama tanggal 27 Oktober 2020 - 2 November 2020 dalam rangka untuk penyusunan skripsi.

Demikian surat ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Jember, 3 November 2020

Mengetahui

Kepala Laboratorium

FEBI IAIN Jember



**Loton Fanshurna, M.E.I**

NIP. 19811224 201101 1 008



## JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

No.	Tanggal	Jenis Kegiatan
1	27 Oktober 2020	Menyerahkan surat izin penelitian
2	28 Oktober 2020	Mencari dan mengunduh data laporan tahunan dan atau laporan keuangan perusahaan manufaktur periode 2017-2019 pada website resmi BEI
3	1 November 2020	Mengelola data laporan tahunan dan atau laporan keuangan yang diperoleh dari website resmi BEI
4	2 November 2020	Melakukan analisis data penelitian dari sampel yang sudah diperoleh

Jember, 7 November 2020  
Penulis



Elok Muhibbatul Farida  
NIM: E20173033

## HASIL OUTPUT SPSS

### 1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

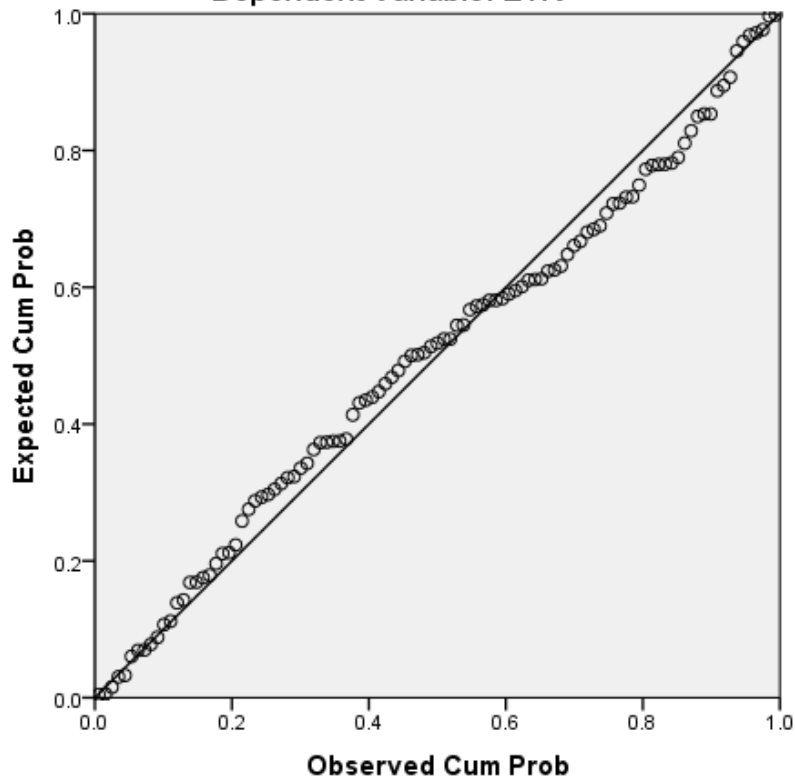
Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	105	.044	.407	.20837	.086248
ROA	105	.015	.228	.08632	.051814
SIZE	105	26.440	31.010	28.37978	1.072562
ETR	105	.195	.308	.24912	.021488
Valid N (listwise)	105				

### 2. Hasil Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

#### Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: ETR



**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.02110969
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.064
	Negative	-.056
Test Statistic		.064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

**b. Uji Multikolinieritas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	CSR	.990	1.011
	ROA	.976	1.025
	SIZE	.970	1.031

a. Dependent Variable: ETR

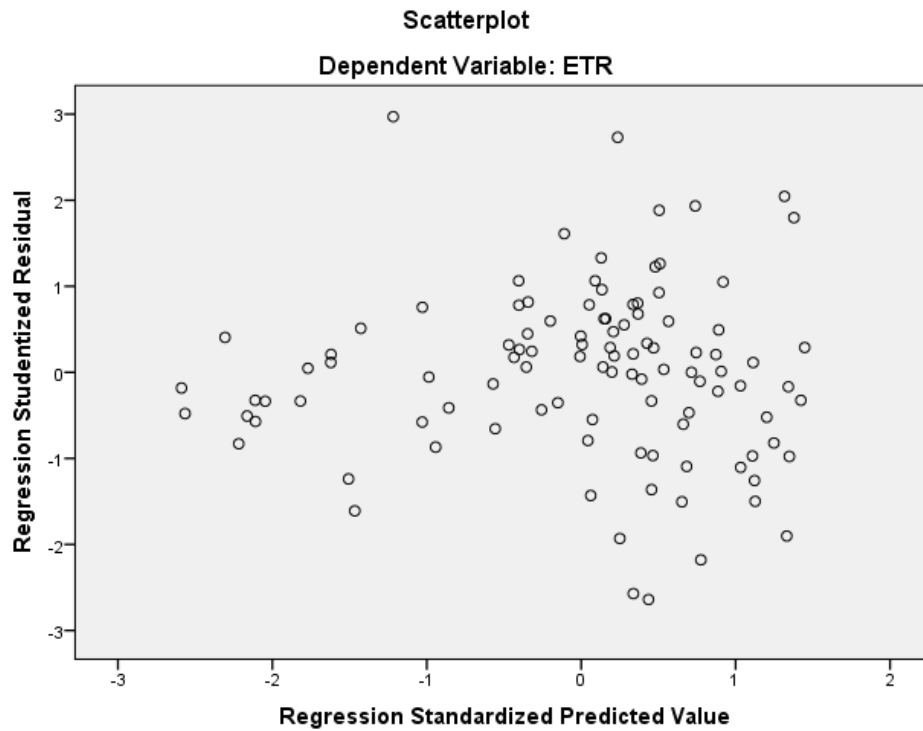
**c. Uji Autokorelasi**

**Runs Test**

	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	.00098
Cases < Test Value	52
Cases >= Test Value	53
Total Cases	105
Number of Runs	49
Z	-.882
Asymp. Sig. (2-tailed)	.378

a. Median

d. Uji Heteroskedastisitas



3. Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.287	.056		5.148	.000
	CSR	.006	.024	.026	.261	.794
	ROA	-.070	.041	-.169	-1.707	.091
	SIZE	-.001	.002	-.059	-.595	.553

a. Dependent Variable: ETR

4. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.002	3	.001	1.218	.307 <sup>b</sup>
	Residual	.046	101	.000		
	Total	.048	104			

a. Dependent Variable: ETR

b. Predictors: (Constant), SIZE, CSR, ROA

## 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.287	.056		5.148	.000
	CSR	.006	.024	.026	.261	.794
	ROA	-.070	.041	-.169	-1.707	.091
	SIZE	-.001	.002	-.059	-.595	.553

a. Dependent Variable: ETR

## 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.187 <sup>a</sup>	.035	.006	.021421

a. Predictors: (Constant), SIZE, CSR, ROA

b. Dependent Variable: ETR



## BIODATA PENULIS

### 1. DATA PRIBADI

Nama : Elok Muhibbatul Farida  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat/Tanggal Lahir: Nganjuk, 25 April 1999  
Agama : Islam  
Alamat : Dk. Sugihan, RT/RW 003/002, Ds. Duren, Kec.  
Sawahana, Kab.Nganjuk  
No. Hp : 081237771910  
Email : elokfarida93@gmail.com



### 2. PENDIDIKAN FORMAL

MI : MI. MIFTAHUL FATA (Malang)  
MTs : MTs. AL-KAUTSAR (Nganjuk)  
SMK : SMK 01 BUSTANUL ULUM AL GHAZALI (Jember)  
S1 : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER (Jember)

### 3. PENGALAMAN ORGANISASI

Anggota Bidang Intelektual HMPS AKS (2018-2019)  
Anggota Pengurus Srikandi KSEI FEBI (2018-2019)