

PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Miryati Putri Rahayu*¹, Jaka Darmawan²

^{1,2}Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, Jl. Z.A. Pagar Alam No. 93

Telp. (0721) 787214 Fax (0721) 700261

^{1,2}Program Studi Akuntansi, IIB Darmajaya, Bandarlampung

e-mail : miryatiputri_rahayu@yahoo.co.id¹, 24jakadarmawan@gmail.com²

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh agresivitas perpajakan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2013 - 2015. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah agresivitas perpajakan yang diukur oleh tarif pajak efektif (ETR); Sedangkan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah corporate social responsibility (CSR). Penelitian ini menggunakan tiga variabel kontrol (return on assets, leverage, dan ukuran perusahaan). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik purposive sampling sehingga sampel penelitian ini adalah seluruh perusahaan pertambangan (27 perusahaan) yang telah menerbitkan laporan keuangan tahunan pada periode 2013 - 2015. Sampel dikumpulkan melalui 81 pengamatan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS versi 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) agresivitas perpajakan dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap CSR; sementara, return on asset (ROA) dan leverage tidak berpengaruh pada CSR.

Kata Kunci: *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Agresivitas Pajak, ROA, Leverage, Size*

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengungkapan Corporate Social Responsibility merupakan suatu kewajiban bagi setiap perusahaan yang diatur dalam Undang-undang Republik Indonesia No. 40 tahun 2007 pasal 74 ayat 1 tentang “perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab

sosial dan lingkungan” dan ayat 3 tentang “perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan peraturan perundang undangan”. Selain undang-undang diatas ada lagi undang-undang Penanaman modal No. 25 tahun 2007 pasal 15 (b) menyatakan bahwa setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan dan pada pasal 34 disebutkan pula bahwa perusahaan yang tidak memenuhi kewajiban yang sudah ditentukan pada pasal 15 akan dikenakan sanksi. Aktivitas perusahaan pada dasarnya tidak terlepas dari kontrak sosial dengan masyarakat. Oleh karena itu mayoritas perusahaan di berbagai belahan dunia melakukan tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR sebagai bentuk kepedulian terhadap masyarakat. Corporate Social Responsibility di definisikan sebagai upaya kesungguhan entitas bisnis untuk meminimumkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasi perusahaan bagi seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial, dan lingkungan untuk mencapai tujuan pembangunan yang berkelanjutan. Pernyataan ini juga sesuai dengan konsep triple bottom line (Elkington,1997) yang menggunakan “3P” yaitu *Profit*, *People*, dan *Planet* yang mana perusahaan akan berhasil apabila tidak hanya memperhatikan profitnya saja namun memperhatikan kesejahteraan masyarakat dan peduli terhadap lingkungan (Wibisono, 2007).

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa perusahaan mengungkapkan CSR masih dalam bentuk sukarela. Adanya masalah sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh aktivitas bisnis perusahaan, maka sudah selayaknya entitas bisnis bersedia untuk menyajikan suatu laporan yang dapat mengungkapkan bagaimana kontribusi mereka terhadap berbagai permasalahan sosial yang terjadi di sekitar nya. Namun,laporan tahunan yang selama ini dianggap sebagai media yang paling tepat untuk mengungkapkan masalah- masalah yang berhubungan dengan lingkungan sosial khususnya pada perusahaan pertambangan. Data dibawah ini merupakan rincian persentase pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan Tahun 2010 – 2015, ditampilkan pada tabel 1.1 sebagai berikut :

Tabel 1.1

Persentase Pengungkapan CSR Periode 2010-2015

Tahun	Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang Mengungkapkan CSR	% Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang Mengungkapkan CSR
2009	23	13	56.25%
2010	29	22	75.86%
2011	31	29	93.54%
2012	37	33	89.18%
2013	39	35	89.74%

Sumber : www.idx.co.id, data diolah kembali

Dari tabel 1.1 diatas menunjukkan belum optimalnya pemanfaatan laporan CSR tersebut, sangat mungkin disebabkan karena rendahnya kesadaran perusahaan dalam mengungkapkan permasalahan sosial dan lingkungan yang terjadi. Rendahnya kesadaran perusahaan untuk melakukan pengungkapan masalah lingkungan dan sosial dikarenakan sampai saat ini pengungkapan sosial merupakan suatu bentuk pengungkapan yang bersifat sukarela, sehingga timbul anggapan bahwa tidak menjadi permasalahan apabila suatu perusahaan tidak melakukan pengungkapan sosial. Padahal, mengungkapkan masalah sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh suatu perusahaan merupakan bentuk akuntabilitas perusahaan tersebut kepada publik dan juga sebagai usaha untuk menjaga eksistensi perusahaan tersebut di masyarakat. Selain itu terdapat fenomena dalam perusahaan yang masih beranggapan bahwa dalam hal pengungkapan, CSR merupakan beban yang harus dikeluarkan oleh perusahaan. Padahal *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu bentuk timbal balik perusahaan kepada masyarakat dalam hal tanggung jawab sosial terhadap masyarakat, sedangkan ekspektasi yang diharapkan oleh sebagian besar masyarakat tidak sesuai dengan *Corporate Social Responsibility* yang diungkapkan oleh perusahaan.

Hal tersebut dikuatkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson (2013) dalam penelitiannya yang menjelaskan bahwa terdapat hubungan positif dan

signifikan antara agresivitas pajak dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Pada penelitian Lanis dan Richardson, hubungan antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan perhatian masyarakat timbul dari perilaku perusahaan yang tidak sesuai dengan harapan masyarakat, seperti yang diasumsikan dalam teori legitimasi. Oleh sebab itu, agar dapat efektif dan sesuai dengan harapan masyarakat maka diperlukan adanya kerjasama dengan pemerintah mengenai pajak yang dibebankan kepada perusahaan. Pemerintah seharusnya mengkaji ulang mengenai pemotongan pajak bagi perusahaan yang melakukan CSR. Selama ini perusahaan beranggapan memiliki dua beban yang sama yaitu beban pajak dan beban CSR. Pada dasarnya kedua beban tersebut digunakan untuk mensejahterakan masyarakat. Namun agar perusahaan tidak memiliki dua beban maka perusahaan mulai mencari cara untuk meminimalkan pajak perusahaan melalui kegiatan agresivitas pajak. Tindakan tersebut tidak sesuai dengan harapan masyarakat. Oleh karena itu untuk menutupi tindakan tersebut perusahaan melaksanakan tanggung jawab sosialnya lebih besar kepada masyarakat untuk mengubah persepsi dan memperoleh legitimasi dari masyarakat. Perusahaan yang telah terbukti melakukan agresivitas pajak dapat bertindak sesuai dengan teori legitimasi dengan cara pengungkapan CSR tambahan. Bagi perusahaan, pajak dianggap sebagai beban yang akan mengurangi keuntungan perusahaan. Hal itu menyebabkan perusahaan mencari cara untuk mengurangi biaya pajak. Oleh karena itu, dimungkinkan perusahaan akan menjadi agresif dalam perpajakan. (Chen, *et al.*, 2010). tindakan agresivitas pajak tersebut menyeimbangkan antara biaya dan manfaat yang diperoleh. Agresivitas pajak adalah tindakan merekayasa pendapatan kena pajak yang dirancang melalui tindakan perencanaan pajak (tax planning) baik menggunakan cara yang tergolong secara legal maupun ilegal (Frank, *et al.*, 2009).

perusahaan menjadi negatif. Selain itu perusahaan masih dibebani mengenai tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR yang akan memberi dampak negatif dimata masyarakat apabila perusahaan tidak melakukan tanggung jawabnya tersebut seperti yang diharapkan oleh masyarakat.

itu, dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksikan strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri dalam lingkungan masyarakat yang semakin maju. Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan

kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun non fisik. (Hadi 2011:87) berpendapat legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat . Dengan demikian , legitimasi merupakan manfaat atau sumberdaya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*).

1.2 Teori Stakeholder

Perusahaan tidak hanya sekedar bertanggungjawab terhadap para pemilik (*Shareholder*) sebagaimana terjadi selama ini, namun bergeser menjadi lebih luas yaitu pada ranah sosial kemasyarakatan (*stakeholder*), selanjutnya disebut tanggungjawab social (*Social responsibility*). Fenomena seperti ini terjadi, karena adanya tuntutan dari masyarakat akibat *negative externalities* yang timbul serta ketimpangan social yang terjadi (Hadi 2011:93).

1.3 Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) Berdasarkan penjelasan atas Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007, tanggung jawab sosial dan lingkungan didefinisikan sebagai 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. Keterkaitan perusahaan dengan daerah lingkungan sosialnya menuntut dipenuhinya pertanggungjawaban sosial perusahaan. Definisi umum menurut *World Business Council in Sustainable Development*, *corporate social responsibility* adalah komitmen dari perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan secara meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas. Dengan CSR perusahaan diharapkan dapat meningkatkan perhatian terhadap lingkungan, kondisi tempat kerja, hubungan perusahaan masyarakat, investasi sosial perusahaan, dan citra perusahaan di mata publik menjadi baik, meningkatkan kinerja keuangan perusahaan dan akses kapital. Dalam aktifitasnya setiap perusahaan akan berinteraksi dengan lingkungan sosialnya.

1.4 KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

1.4.1 Teori Legitimasi

Legitimasi masyarakat merupakan factor strategi bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan.

1.4.2 Agresivitas Pajak

(Hlaing 2012) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai kegiatan perencanaan pajak semua perusahaan yang terlibat dalam usaha mengurangi tingkat pajak yang efektif. (dalam Balakrishnan, et.al. 2011) berpendapat bahwa agresivitas pajak merupakan kegiatan yang lebih spesifik, yaitu mencakup transaksi yang tujuan utamanya adalah untuk menurunkan kewajiban pajak perusahaan. (Balakrishnan, et. al. 2011) menyatakan bahwa perusahaan yang agresif terhadap pajak ditandai dengan transparansi yang lebih rendah. Pembayaran pajak bagi perusahaan merupakan transfer kekayaan dari perusahaan kepada pemerintah maka beban pajak yang dibayarkan tersebut merupakan biaya yang sangat besar bagi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan akan cenderung melakukan usaha penghindaran dan/atau penghematan pajak sebagai upaya untuk dapat membayar pajak dengan seefisien mungkin. Terkadang pemilik atau pemegang saham menginginkan perusahaan untuk meminimalkan pembayaran pajaknya untuk dapat memaksimalkan nilai perusahaan.

1.5 Variabel Kontrol

1.5.1 Return On Asset (ROA)

Return On Asset (ROA) menurut (Kasmir 2012: 201) adalah rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. Selain itu, ROA memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan. Menurut (Harahap 2010: 305) *Return On Assets* (ROA) menggambarkan perputaran aktiva diukur dari penjualan. Semakin besar rasio ini maka semakin baik dan hal ini berarti bahwa aktiva dapat lebih cepat berputar dan meraih laba.

1.5.2 Leverage

Leverage adalah salah satu rasio keuangan yang menggambarkan hubungan antara hutang perusahaan terhadap modal maupun aset perusahaan. Perusahaan yang menggunakan hutang akan menimbulkan adanya bunga yang harus dibayar. Pada peraturan perpajakan, yaitu pasal 6 ayat 1 huruf angka 3 UU nomor 36 tahun 2008 tentang PPh, bunga pinjaman merupakan biaya yang dapat dikurangkan (*deductible expense*) terhadap penghasilan kena pajak. Beban bunga yang bersifat *deductible* akan menyebabkan laba kena pajak perusahaan menjadi berkurang. Laba kena pajak yang berkurang padaakhirnya akan mengurangi jumlah pajak yang harus dibayar perusahaan.

1.5.3 Ukuran Perusahaan (Size)

Ukuran perusahaan menunjukkan besar atau kecilnya kekayaan (aset) yang dimiliki suatu perusahaan. Pengukuran perusahaan bertujuan untuk membedakan secara kuantitatif antara perusahaan besar (*large firm*) dengan perusahaan kecil (*small firm*) besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat mempengaruhi kemampuan manajemen untuk mengoperasikan perusahaan dengan berbagai situasi dan kondisi yang dihadapinya. Semakin besar suatu perusahaan tentu memiliki aktivitas operasi yang semakin tinggi. Perusahaan yang besar tentunya juga mempunyai pengalaman yang lebih banyak dalam menjalankan kegiatan operasinya, dan memiliki kematangan yang lebih dalam strategi untuk kelangsungan operasinya, termasuk strategi penghematan pajak (Kristanto, 2013).

1.6 Pengembangan Hipotesis

Kinerja perusahaan tidak lepas dari lingkungan dan masyarakat. Salah satu bentuk interaksi perusahaan dengan masyarakat adalah melalui tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR yang sesuai dengan teori legitimasi. Bentuk tanggung jawab sosial perusahaan bertujuan menarik perhatian masyarakat agar perusahaan tersebut mendapatkan kesan yang baik dan dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan dituntut untuk melakukan CSR agar dapat memperbaiki legitimasi dari masyarakat dan mendapatkan keuntungan. Perusahaan dikatakan berhasil apabila dapat memenuhi harapan masyarakat melalui pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan. Sebaliknya, perusahaan akan mengarah pada kegagalan apabila tidak dapat memenuhi harapan

masyarakat dan tentunya menimbulkan penyebaran informasi negatif tentang perusahaan tersebut.

Perusahaan dalam melakukan kinerjanya juga tidak hanya fokus memperhatikan masyarakat dan lingkungannya saja, namun perlu memperhatikan kepentingan *stakeholder* juga. Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan dalam melakukan kegiatan operasinya harus mempertimbangkan kepentingan semua pihak yang terlibat dalam aktivitas operasi perusahaan. Perusahaan tidak hanya mementingkan kepentingan *shareholder* saja, akan tetapi juga harus memperhatikan kepentingan masyarakat, pemerintah, konsumen, *supplier*, analis, dan lain sebagainya (Chairiri, 2008). Kinerja perusahaan dikatakan baik apabila mampu memperoleh laba yang tinggi pada tahun berjalan. Laba perusahaan yang tinggi dapat diperoleh dengan cara meminimalkan beban-beban yang dimiliki oleh perusahaan. Salah satu beban yang dimiliki oleh perusahaan adalah beban dalam membayar pajak. Tindakan meminimalkan beban pajak atau agresivitas pajak di kalangan perusahaan-perusahaan besar sering terjadi, terutama di Indonesia. Perusahaan merasa terbebani dengan banyaknya beban yang ditanggung, misalnya kasus yang saat ini terjadi adalah perusahaan berusaha untuk menekan beban CSR perusahaan dengan meminimalkan beban pajaknya. Tindakan tersebut pada dasarnya tidak sesuai dengan harapan masyarakat dan memiliki dampak negatif terhadap masyarakat karena mempengaruhi kemampuan pemerintah dalam menyediakan barang publik (Lanis dan Richardson, 2013). Kewajiban dalam membayar pajak seharusnya dilaksanakan dengan baik oleh perusahaan. Namun, banyak perusahaan justru melanggar peraturan perundang-undangan pajak dengan mengurangi pajak yang seharusnya dibebankan kepada perusahaan tersebut. Perilaku ini membuat manfaat pajak tidak maksimal dalam menyejahterakan masyarakat. Berdasarkan uraian diatas dan belum adanya arah konsistensi yang jelas mengenai hubungan agresivitas pajak terhadap CSR, maka hipotesis yang diajukan adalah :

H₁: Agresivitas Pajak berpengaruh terhadap CSR (Corporate Social Responsibility)

2. METODE PENELITIAN

2.1 Sampel dan Metode Penelitian

Populasi yang akan menjadi objek dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan pertambangan yang telah terdaftar dan menerbitkan laporan keuangan di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2015. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan teknik *purposive sampling*. (Sugiyono 2012:126) menjelaskan bahwa *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang memenuhi kriteria tertentu yang ditetapkan oleh penulis sebagai berikut :

1. Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 - 2015
2. Perusahaan yang melaporkan keuangan secara berturut- turut pada tahun 2013 – 2015.
3. Perusahaan yang mengungkapkan CSR *Disclousure* dalam laporan keuangan tahunan.

2.2 Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Corporate social and responsibility*, dimana pengungkapan CSR yang dilakukan oleh suatu perusahaan merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan. Pada penelitian ini mengadopsi indikator penelitian (Lanis dan Richardson 2013) dengan menggunakan instrumen interogasi, check list dan keputusan yang relevan. Pengukuran check list ini dilakukan dengan mencocokkan item pada check list dengan item yang diungkapkan perusahaan. Tingkat pengungkapan CSR pada laporan tahunan yang dinyatakan dalam *corporate social responsibility* yang akan dinilai dengan membandingkan jumlah pengungkapan yang disyaratkan dalam *Global Reporting Initiative* (GRI, 2013) meliputi 91 item pengungkapan : 9 indikator kinerja ekonomi, 34 indikator lingkungan, 48 indikator kinerja sosial . rumus untuk pengukuran pengungkapan CSR yaitu:

TCSR_{li} : Indeks luas pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan

$\sum X_{yi}$: Nilai 1 = jika item y diungkapkan; 0 = jika item y tidak diungkapkan.

y : Item yang diharapkan diungkapkan

n_i : Jumlah item untuk perusahaan i , $n_i \leq 91$.

2.3 Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel dependen. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak. Adapun yang menjadi proksi utama dalam penelitian ini adalah Effective Tax Rates (ETR). ETR merupakan proksi yang paling banyak digunakan dalam penelitian terdahulu dan untuk mengetahui adanya agresivitas pajak dapat dilihat dari nilai ETR yang rendah (Lanis dan Richardson, 2013). Proksi ETR dapat dihitung dari :

2.4 Variabel Kontrol

Variabel Kontrol adalah Variabel yang dikendalikan atau dibuat konstan sehingga hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat tidak dipengaruhi oleh faktor luar yang tidak diteliti.

2.4.1 Return On Asset(ROA)

ROA berarti suatu ukuran untuk menilai seberapa besar tingkat kemampuan perusahaan dalam hal pengembalian asset yang dimiliki berdasarkan kemampuan menghasilkan laba perusahaan. ROA dapat diukur dari :

2.4.2 Leverage

Leverage menggambarkan proporsi hutang jangka panjang terhadap total aset yang dimiliki perusahaan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui keputusan pendanaan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Leverage menurut Lanis dan Richardson (2012) dihitung dari:

2.4.3 Ukuran Perusahaan

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

Menurut Ferry dan Jones (dalam Sujianto, 2001), ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan dan rata-rata total aktiva. Jadi, ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya asset yang dimiliki oleh perusahaan. Ukuran perusahaan Menurut (Lanis dan Richardson 2012) dihitung dari:

2.5 Teknik Analisis

$$TCSR = \alpha_0 + \beta_1 ETR + \beta_2 ROA + \beta_3 SIZE + \beta_4 LEV + e$$

Teknik analisis statistika yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif dan regresi linier berganda dengan persamaan:

Keterangan:

TCSR : Total CSR yang diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan keuangan perusahaan

α_0 : konstanta

β_1, β_2 : Koefisien variabel

ETR : Agresifitas pajak perusahaan

ROA : Return on asset

SIZE : Ukuran Perusahaan

LEV : Leverage

e : error

Untuk mengetahui apakah model regresi benar-benar menunjukkan hubungan yang signifikan dan representatif, maka model tersebut harus memenuhi uji asumsi klasik regresi.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 4.1 Prosedur Pemilihan Sampel

No	Kriteria	Jumlah Perusahaan
1	Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2013-2015	42
2	Perusahaan yang tidak melaporkan laporan keuangan secara berturut-turut pada tahun 2013-2015	(11)
3	Perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR Disclosure dalam laporan keuangan tahunan	(4)
4	Jumlah sampel yang digunakan	27
	Jumlah observasi (27 Sampel x 3 Tahun)	81

Sumber: Laporan keuangan, data diolah tahun 2017

Jumlah keseluruhan perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada saat pengumpulan data adalah 42 perusahaan. Perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan tidak mempublikasikan laporan keuangan tahun

2013-2015 adalah sebanyak 11 perusahaan. Perusahaan pertambangan Perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR Disclosure dalam laporan keuangan tahunan sebanyak 4 Perusahaan. Perusahaan yang diambil sebagai sampel sebanyak 27 perusahaan selama 3 tahun amatan. Dengan demikian jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 81 sampel.

4.2 Regresi Linier Berganda

Tabel 4.2
Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,380	,033		11,590	,000
agresivitas pajak	-,084	,030	-,306	-2,795	,007
ROA	-,001	,001	-,108	-1,017	,312
Leverage	,000	,000	,080	,767	,445
Size	-,004	,001	-,352	-3,182	,002

a. Dependent Variable: CSR

Sumber : Data sekunder diolah tahun 2017 (SPSS V 20)

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel CSR dipengaruhi oleh Agresivitas pajak, ROA, Leverage, dan Size dengan persamaan matematis sebagai berikut :

$$TCSR = \alpha_0 + \beta_1 ETR + \beta_2 ROA + \beta_3 LEV + \beta_6 SIZE + \varepsilon$$

$$TCSR = 0,380 + (-0,084) + (-0,001) + 0,000 + (-0,004) + \varepsilon$$

Tabel 4.3 Uji Kelayakan Model (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,058	4	,014	4,121	,004 ^b
	Residual	,266	76	,003		
	Total	,323	80			

Dari hasil perhitungan di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi adalah sebesar 0,004 dan nilai F hitung sebesar 4,268. Dasar pengambilan keputusan adalah tingkat signifikansinya sebesar 5% atau

0,05. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,004 \leq 0,05$) maka menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara Agresivitas pajak, ROA, Leverage dan Size terhadap CSR(Y) secara simultan.

4.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,422 ^a	,178	,135	,05911851

a. Predictors: (Constant), Zise, Leverage, ROA, agresivitas pajak

b. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data sekunder diolah tahun 2017 (SPSS V 20)

Koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen Ghazali (2016:98). Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa nilai R sebesar 0,422 artinya korelasi antara variabel independen yaitu Agresivitas pajak dan variabel Kontrol ROA, Leverage, dan Size terhadap CSR sebesar 0,422 atau 42,2%. Hal ini menunjukkan bahwa hanya 42,2% variasi variabel independen (agresivitas pajak) dan tiga variabel kontrol (ROA, Leverage dan Size) dapat menjelaskan variasi variabel dependen (CSR). Adjusted R^2 (R Square) yaitu menunjukan koefisien determinasi. Nilai

R Square sebesar 0,135, artinya 13,5% variabel CSR dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu Agresivitas pajak dan variabel Kontrol ROA, Leverage, dan Size terhadap CSR. Sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 13,5\% = 86,5\%)$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

3.4 Pembahasan

3.4.1 Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil uji t yang mana ETR merupakan proksi dalam mengukur Agresivitas pajak memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,007. Hasil tersebut menandakan bahwa variabel agresivitas pajak (ETR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR pada $\alpha=5\%$. ETR yang tinggi menunjukkan tingkat agresivitas pajak yang rendah, sehingga hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin rendah agresivitas pajak semakin tinggi pengungkapan CSR. Oleh karena itu, hipotesis satu dalam penelitian diterima. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh lanis dan ricardson (2013), Oktaviana (2014), Utari (2014) yang menyatakan bahwa agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap corporate social responsibility (CSR).

3.4.2 Pengaruh ROA terhadap *Corporate Social Responsibility*

Variabel Kontrol ROA memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,312. Hasil tersebut menandakan bahwa variabel kontrol ROA tidak berpengaruh terhadap CSR pada $\alpha=5\%$. Hal tersebut dikarenakan CSR yang dilakukan perusahaan tidak tergantung pada besar atau kecilnya probabilitas perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jesica dan Arianto Toly (2014).

3.4.3 Pengaruh *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility*

Variabel kontrol *Leverage* memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,445. Hasil tersebut menandakan bahwa variabel kontrol leverage tidak berpengaruh terhadap CSR pada $\alpha=5\%$. Hal tersebut dikarenakan CSR yang dilakukan oleh perusahaan tidak bergantung pada besar kecilnya leverage perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005), Anggraini (2006), Anggara (2010) dan Oktaviana (2014).

3.4.4 Pengaruh *Size* terhadap *Corporate Social Responsibility*

Variabel kontrol *Size* memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,002. Hasil tersebut menandakan bahwa variabel kontrol *Size* memiliki pengaruh terhadap CSR pada $\alpha=5\%$. Perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang besar memungkinkan perusahaan dapat mengungkapkan CSR. Tindakan tersebut mungkin dikarenakan CSR memiliki manfaat positif bagi perusahaan khususnya bagi sektor pertambangan yang mana dalam kelangsungan hidup perusahaannya juga bergantung pada kegiatan sosialnya atau lingkungannya. Penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Farook dan Lanis (2005), Hossain (2006), dan Oktaviana (2014), yang menyatakan bahwa *Size* tidak berpengaruh

terhadap CSR. Berdasarkan penjelasan tersebut variabel kontrol ROA, dan *Leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap CSR.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Agresivitas pajak terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) pada perusahaan pertambangan di Indonesia. Penentuan pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling* pada perusahaan pertambangan. Perusahaan yang diambil sebagai sampel sebanyak 27 perusahaan selama 3 tahun amatan. Dengan demikian jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 81 sampel. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan alat pengujian berupa SPSS *for windows* versi 20 dan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data berupa laporan keuangan perusahaan pertambangan yang dipublikasikan melalui *website* Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id dan ICMD (*Indonesian Capital Market Directory*) tahun 2013-2015. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan disimpulkan sebagai berikut:

1. Agresivitas Pajak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan pertambangan di Indonesia.
2. *Return on asset* (ROA) tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan pertambangan di Indonesia.
3. *Leverage* tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan pertambangan di Indonesia.

4. Ukuran Perusahaan (Size) berpengaruh terhadap corporate social responsibility (CSR) pada perusahaan pertambangan di Indonesia

DAFTAR PUSTAKA

- Ardian, H. 2013. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Semarang: Universitas Diponegoro
- Asrarsani, Andi Mursyid. 2013, “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan Perbankan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia”.
- Baker, Malcolm and Jeremy Stein. (2003). When Does the Market Matter? Stock Prices and The Investment of Equity-Dependent Firms. *Quarterly Journal of Economics*, 118, 969-1006
- Balakrishnan, K., J. Blouin, and W, Guay. 2011. “Does Tax Aggressiveness Reduce Financial Reporting Transparency?”. www.google.co.id Diakses Senin 21 November 2016.
- Baskoro, Rizki Bayu Aji. 2015. “Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Corporate Social Responsibility: Untuk Menguji Teori Legitimasi. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Corporate Social Responsibility dan Pengertian Teori Legitimasi. <http://dokumen.tips/documents> diakses 2 November 2016.
- Chairiri, Anis dan Iman Ghozali. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang : Universitas Diponegoro
- Chariri, A. 2008. Kritik Sosial Atas Pemakaian Teori Dalam Penelitian Pengungkapan Sosial dan Lingkungan. *Jurnal Maksi*, 8, 151- 169
- Darussalam, 2009. “Tax Avoidance, Tax Planning, Tax Evasion, dan Anti Avoidance Rule.” Observation & Research of Taxation <http://www.ortax.org/ortax/?mod=issue&page=show&id=36&q=&hlm=1>. Diakses Selasa 23 November 2016.
- Deegan, C. 2000. *Financial Accounting Theory*. World Business Council for Sustainable Development Corporate Social Responsibility: Meeting Changing Expectations. NSW: McGraw-Hill Australia.
- Donovan, Gary and Kathy Gibson. (2000). Environmental Disclosure in the Corporate Annual Report: A Longitudinal Australian Study. *Paper for Presentation in the 6th Int. EAC*, Montreal Canada, Vol. 2, Page. 36-51

- Ghozali, I. 2011. *Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang : Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Hadi, N. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Edisi Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Harahap, Sofyan Syafri. 2010. *Teori Akuntansi Edisi Revisi*. Raja Grafindo Persada : Jakarta.
- Hlaing, K. P. 2012. *Organizational Architecture of Multinationals and Tax Aggressiveness*. <https://www.google.co.id/>. Thesis. Diakses 27 November 2017
- Indonesia, Undang-Undang Dasar 1945. *Undang-Undang tentang Pemungutan Pajak*. UU pasal 23A.
- Indonesia. *Undang-Undang tentang Perseroan Terbatas*, UU No. 40 tahun 2007, LN No.106 Tahun 2007, TLN No. 4756.
- Jessica, dan A. A. Toly. 2014. “Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Agresivitas Pajak”. *Tax & Accounting Review* 4(1)
- Kasmir. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Kuriah, H. L, dan Asyik, N. F. 2016. “Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Corporate Social Responsibility terhadap Agresivitas Pajak”. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*.
- Lanis, R. and G. Richardson. 2012. “Corporate Social Responsibility and Tax aggressiveness: An Empirical Analysis”. *J. Account. Public Policy*.
- Lanis, R. and G. Richardson. 2013. “Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: a test of legitimacy theory”. *Accounting Auditing and Accountability Journal*, Vol. 26 No 1.
- Munawir. 2010. *Analisis Laporan Keuangan*, Edisi 4, Liberty, Yogyakarta.
- Octaviana, N. E. 2014. “Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Corporate Social Responsibility: Untuk Menguji Teori Legitimasi”. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Pengertian Fungsi Jenis Pajak. <http://www.qolbunhadi.com> diakses 2 November 2016
- Pengertian Pajak Menurut Undang-undang KUP. **Error! Hyperlink reference not valid.**

- Rosmasita, Hardhina. (2007). *Faktor - faktor yang mempengaruhi Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) dalam laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur di Bursa Efek Jakarta*. Universitas Islam Indonesia.
- Sembiring, R.A. (2005). *Karakteristik perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta*. Simposium Nasional Akuntansi VIII.
- Utari, I. A. 2014. "Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Corporate Social Responsibility: Untuk Menguji Teori Legitimasi". *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Watson, L. 2012. "Corporate Social Responsibility, Tax Avoidance. And Tax Aggressiveness". *Social Science Research Network*.
- World Business Council for Sustainable Development 2002, *Corporate Social Responsibility: The WBCSD's journey*, pp. 1.
- Yoehana, M. (2013). *Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Agresivitas Pajak*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Zeng, T. 2012. "Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness". *Social Science Research Network*.