



PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY : UNTUK MENGUJI TEORI LEGITIMASI

**(Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan dan Properti yang Terdaftar di
Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2012)**

Natasya Elma Octaviana, Abdul Rohman¹

Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of corporate tax aggressiveness with corporate social responsibility (CSR): to test legitimacy theory. Sampling method used purposive sampling. A firm criteria are mining and property companies listed on Indonesian Stock Exchange during 2009-2012. Samples were 30 companies for each year which consist of 9 mining companies and 21 property companies. This study showed that the aggressiveness of corporate taxes significantly and negatively related to CSR. Companies that have a low level of aggressiveness resulting company would disclose CSR greater than the firm that does tax aggressiveness. This does not justify the legitimacy of the theory in the context of tax aggressiveness.

Keywords: corporate social responsibility, corporate tax aggressiveness, legitimacy theory.

PENDAHULUAN

Tindakan manajerial yang dirancang untuk meminimalkan pajak perusahaan melalui kegiatan agresivitas pajak menjadi fitur yang semakin umum di lingkungan perusahaan di seluruh dunia (Lanis dan Richardson, 2013). Tindakan agresivitas pajak tersebut menyeimbangkan antara biaya dan manfaat yang diperoleh. Menurut Slemrod (2004) dalam Balakrishnan, Blouin dan Guay (2011) mengatakan bahwa agresivitas pajak merupakan aktivitas yang spesifik, yang mencakup transaksi-transaksi, dimana tujuan utamanya adalah untuk menurunkan kewajiban pajak perusahaan. Sedangkan menurut Khuruna dan Moser (2009) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai *tax planning* perusahaan melalui aktivitas *tax avoidance* atau *tax sheltering*, sehingga tindakan agresivitas merupakan tindakan yang dirancang oleh perusahaan untuk meminimalkan beban pajak agar memperoleh keuntungan.

Kurangnya peraturan yang jelas mengenai *tax aggressive*, *tax planning* maupun *tax avoidance* menimbulkan persepsi yang berbeda-beda antara pemerintah dan wajib pajak tersebut. Menurut Darussalam (2009) apabila dilihat dari sisi wajib pajak, selama wajib pajak pribadi ataupun badan memiliki cara dalam meminimalkan pajak dan belum ada peraturan yang pasti tentang pelanggaran pajak, maka hal yang dilakukan sah-sah saja

¹ *Corresponding author*



atau legal. Sedangkan dari pihak pemerintah yaitu peraturan yang ada dalam hal pembayaran perpajakan diharapkan tidak disalah gunakan dengan cara penghindaran perpajakan atau dengan meminimalkan pajak perusahaan demi memperoleh keuntungan.

Tindakan perusahaan dalam hal meminimalkan pembayaran pajak tidak sesuai dengan harapan masyarakat karena pembayaran pajak perusahaan memiliki implikasi penting bagi masyarakat dalam hal pendanaan barang publik seperti pendidikan, pertahanan nasional, kesehatan masyarakat dan hukum (Freedman, 2003; Landolf, 2006; Freise et al, 2008; Landolf dan Symons, 2008; Sikka, 2010) dalam Lanis dan Richardson (2013). Menurut Lanis dan Richardson (2013) pandangan masyarakat mengenai perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas dianggap telah membentuk suatu kegiatan yang tidak bertanggung jawab secara sosial dan tidak sah. Tindakan tersebut secara tidak langsung menjadi perhatian publik yang mana bisa mengubah persepsi masyarakat terhadap perusahaan menjadi negatif. Selain itu perusahaan masih dibebani mengenai tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR yang akan memberi dampak negatif dimata masyarakat apabila perusahaan tidak melakukan tanggung jawabnya tersebut seperti yang diharapkan oleh masyarakat.

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. Warhust (2010) mendefinisikan CSR 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. Gray et al. (1995) menyatakan perusahaan biasanya berusaha untuk memperoleh legitimasi dan mempertahankan hubungan dalam lingkungan sosial dan politik yang lebih luas di mana mereka beroperasi, sedangkan tanpa adanya legitimasi perusahaan tidak akan bertahan dalam melanjutkan operasi.

Pada kenyataannya, yang terjadi sekarang banyak perusahaan yang tidak melakukan CSR walaupun telah diatur dalam UU No. 40 tahun 2007 yang menyatakan bahwa CSR merupakan suatu kewajiban yang perlu dilakukan oleh perusahaan namun apabila dari sudut pandang PSAK CSR masih merupakan bentuk sukarela yang dilakukan oleh perusahaan. Seperti dalam pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (revisi 2012) paragraf 15. Oleh sebab itu, pengungkapan CSR di Indonesia masih tergolong belum efektif apabila dibandingkan dengan negara lain. Selain itu perusahaan masih beranggapan bahwa dalam hal pengungkapan, CSR merupakan beban yang harus dikeluarkan oleh perusahaan. Padahal CSR 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 CSR yang diungkapkan oleh perusahaan. Hal ini sama seperti yang dinyatakan oleh Lanis dan Richardson (2013) yang menjelaskan hubungan antara pengungkapan CSR dan perhatian masyarakat timbul dari perilaku perusahaan yang tidak sesuai dengan harapan masyarakat, seperti yang diasumsikan dalam teori legitimasi.

Oleh sebab itu, agar CSR 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. Menurut Setiadji (2010) mengatakan bahwa selama ini perusahaan beranggapan memiliki dua beban yang sama yaitu beban pajak dan beban CSR. Pada dasarnya kedua beban tersebut digunakan untuk mensejahterahkan masyarakat. Namun agar perusahaan tidak memiliki dua beban maka perusahaan mulai mencari cara untuk meminimalkan pajak perusahaan melalui kegiatan agresivitas pajak. Tindakan tersebut tentu 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. Menurut Lanis dan Richardson (2013) perusahaan yang telah terbukti melakukan agresivitas pajak dapat bertindak sesuai dengan teori legitimasi dengan cara melakukan pengungkapan informasi CSR tambahan.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Perusahaan-perusahaan besar mulai mencari cara untuk meminimalkan beban pajak yaitu melalui tindakan agresif pajak. Perusahaan yang agresif pajak akan cenderung mengungkapkan informasi CSR lebih besar dikarenakan beban pajak perusahaan yang seharusnya dikeluarkan dialihkan untuk beban CSR. Pengungkapan CSR diperlukan sebagai wujud timbal balik kepada masyarakat yang mana, perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya tidak lepas dari lingkungan dan dukungan dari masyarakat. Hal tersebut bertujuan untuk mendapatkan legitimasi positif dari masyarakat. Perusahaan menyadari bahwa adanya kontrak sosial dengan masyarakat sangat dibutuhkan dalam kelangsungan hidup perusahaan dan dengan adanya CSR merupakan salah satu wujud bentuk tanggung jawab perusahaan untuk masyarakat. Hal ini sejalan dengan *legitimacy theory* yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice*, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan (Tilt, CA. 1994 dalam Titisari, Suwardi, dan Setiawan, 2010).

Selain itu, berdasarkan Teori *Stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* (pemegang saham, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analisis, dan pihak lain (Chariri, 2008). Dengan kata lain perusahaan dalam beroperasi membutuhkan bantuan dari pihak luar salah satunya adalah dukungan dari masyarakat. Penelitian ini menguji pengaruh Agresivitas pajak terhadap CSR untuk menguji teori legitimasi.

Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap *Corporate Social Responsibility*

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. Padahal pajak dipandang sebagai dividen yang dibayar oleh perusahaan kepada masyarakat sebagai imbalan telah menggunakan sumber daya yang tersedia (Harari, et.al, 2012). Selain itu berdasarkan teori legitimasi menunjukkan bahwa perusahaan yang agresif pajak akan cenderung mengungkapkan informasi tambahan terkait dengan kegiatan CSR di berbagai bidang dalam rangka meringankan perhatian publik serta mencari simpati dari masyarakat. Semakin tinggi tindakan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan, diharapkan perusahaan dapat memaksimalkan pengungkapan CSR. (Deegan *et al*, 2002),

Berdasarkan uraian di atas jelas bahwa perusahaan yang melakukan agresivitas pajak akan meminimalkan pembayaran pajak perusahaan demi pencapaian keuntungannya. Perusahaan dapat memperoleh keuntungan baik dari segi *finansial* maupun *non finansial*. Apabila dari segi *finansial* perusahaan dapat memperoleh laba yang tinggi dengan membayar pajak yang rendah. *Stakeholder* dapat memperoleh dividen yang tinggi sejalan dengan meningkatnya laba perusahaan. Namun di sisi lain, pemerintah akan mengalami kerugian akibat dari tindakan manipulasi (kecurangan) perusahaan tersebut. Sedangkan dari segi *non finansial*, perusahaan yang terlibat dalam agresivitas pajak akan mendapat tanggapan negatif publik dari masyarakat. Tanggapan tersebut merupakan bentuk kegagalan perusahaan dalam memenuhi harapan masyarakat karena melakukan kecurangan terhadap pembayaran pajak (Christesen dan Murphy, 2004; Landolf, 2006; Williams, 2007; Landolf dan Symons, 2008; ATO, 2009)

Terdapat beberapa penelitian yang telah menguji hubungan antara pengungkapan sosial dengan teori legitimasi, namun hasil analisis yang dihasilkan tidak memperoleh hasil yang signifikan. Guthrie dan Parker (1989) dalam Lanis dan Richardson (2013) melakukan penelitian berkaitan dengan agresivitas pajak pada perusahaan pertambangan di Australia. Menurut teori legitimasi, perusahaan yang melakukan agresivitas pajak memerlukan pengungkapan informasi tambahan mengenai CSR untuk memenuhi harapan masyarakat. Namun, hasil penelitian tersebut gagal karena dianggap tidak konsisten. Penelitian serupa dilakukan oleh Deegan, et.al (2002) dalam Lanis dan Richardson (2013) dengan menganalisis laporan tahunan perusahaan agresivitas pajak yang sama di Australia. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa ada hubungan antara masyarakat terhadap isu-isu sosial, lingkungan tertentu dan pengungkapan CSR dalam laporan tahunan yang mana mengaitkan CSR dengan liputan media.

Penelitian tersebut bertentangan dengan penelitian Guthrie dan Parker (1989). Deegan, et.al (2002) menyimpulkan bahwa ada hubungan teori legitimasi yang mendasari tindakan agresivitas pajak. Serta terdapat penelitian yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson pada tahun 2013 yang menguji pengaruh antara agresivitas pajak terhadap CSR untuk menguji teori legitimasi dan menunjukkan hasil yang positif.

Berdasarkan uraian di atas dan belum adanya arah konsistensi yang jelas mengenai hubungan agresivitas pajak terhadap CSR untuk menguji teori legitimasi, maka hipotesis yang diajukan adalah:



H1 : Agresivitas pajak berhubungan positif dengan CSR

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Corporate social and responsibility*. Pada penelitian ini mengadopsi indikator penelitian Hackston dan Milne (1996) dalam 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. Indikator tersebut seperti yang digunakan di Indonesia oleh Sembiring (2005) yang mana pengungkapan tersebut terdiri atas tujuh kategori yaitu lingkungan, energi, kesehatan, dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Jumlah item yang diungkapkan perusahaan pertambangan dan properti adalah sejumlah 78 item yang terdiri atas kategori lingkungan (13 item), kategori energi (7 item), kategori kesehatan dan keselamatan tenaga kerja (8 item), kategori lain-lain tenaga kerja (29 item), kategori produk (10 item), kategori keterlibatan masyarakat (9 item), dan kategori umum (2 item).

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak. Agresivitas pajak merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk meminimalkan beban pajak yang akan dibayar dengan cara yang legal maupun ilegal. Adapun yang menjadi proksi utama dalam penelitian ini adalah *Effective Tax rates* (ETR). ETR menggambarkan presentase total beban pajak penghasilan yang dibayarkan perusahaan dari seluruh total pendapatan sebelum pajak. Selain itu, 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). ETR yang rendah menunjukkan beban pajak penghasilan lebih kecil dari pendapatan sebelum pajak.

Variabel Kontrol dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan (*size*), *leverage*, intensitas modal (*capint*), *market to book ratio*, dan *return on asset*. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dilihat dari total aset yang dimiliki. Ukuran perusahaan menurut Lanis dan Richardson (2013) dapat diukur dengan logaritma natural total aset. Rasio *leverage* digunakan oleh manajer dalam rangka pengambilan keputusan pendanaan, dimana hal ini dapat diukur dengan mengukur proporsi total hutang jangka panjang terhadap total aset yang dimiliki perusahaan. Intensitas modal merupakan ukuran perusahaan yang diinvestasikan dalam bentuk aset tetap dari seberapa besar aset perusahaan yang dimiliki. *Market to book ratio* merupakan rasio untuk mengukur seberapa besar pertumbuhan perusahaan di masa depan. Pertumbuhan perusahaan merupakan kemampuan perusahaan untuk memiliki investasi di masa depan. Profitabilitas dapat diukur dengan proksi ROA, yaitu perbandingan profitabilitas sebelum pajak terhadap total aset. Sehingga profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba yang dihasilkan dari total aset yang dimiliki (Lanis dan Richardson, 2013).



Penentuan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua perusahaan pertambangan dan properti yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2009-2012. Sedangkan metode pengambilan sampel yang diambil dari populasi perusahaan pertambangan dan properti menggunakan *purposive sampling*. Metode ini merupakan pengambilan sampel dengan menggunakan kriteria-kriteria tertentu sehingga sampel penelitian ini menggunakan kriteria-kriteria sebagai berikut :

1. Melaporkan laporan tahunan secara berturut-turut dari tahun 2009-2012 di IDX.
2. Mengungkapkan CSR *disclosure* dalam laporan tahunan.
3. Memiliki profitabilitas yang positif selama periode penelitian.

Metode Analisis

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan model regresi *Ordinary Least Square (OLS)*. Analisis regresi OLS ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Pada intinya pengujian menggunakan model regresi OLS menurut Ghozali (2011) adalah untuk mengestimasi suatu garis regresi dengan jalan meminimalkan jumlah dari kuadrat kesalahan setiap observasi terhadap garis tersebut.

Model persamaan regresi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$TCSR = \alpha_0 + \beta_1 ETR + \beta_2 SIZE + \beta_3 LEV + \beta_4 CAPINT + \beta_5 MTB + \beta_6 ROA + e$$

Keterangan:

TCSR	: Total CSR yang diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan keuangan perusahaan
α_0	: konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$: Koefisien variabel
ETR	: Agresifitas pajak perusahaan
SIZE	: Ukuran perusahaan
LEV	: <i>Leverage</i>
CAPINT	: Intensitas modal
MTB	: <i>Market to book ratio</i>
ROA	: <i>Return on asset</i>
e	: error

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Sampel Penelitian

Objek penelitian ini adalah perusahaan pertambangan dan properti yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2009-2012. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* sehingga diperoleh sampel sebanyak 30 perusahaan yang terdapat pada tabel 1.

Tabel 1.
Metode Pengambilan Sampel Penelitian

No	Keterangan	2009	2010	2011	2012
1	Perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2009-2012	22	29	32	37
2	Perusahaan properti yang terdaftar di BEI tahun 2009-2012	39	40	43	46
3	Total perusahaan pertambangan dan properti	61	69	75	83
4	Tidak memiliki dan menerbitkan laporan CSR dan memiliki laba negatif	(31)	(39)	(45)	(53)
5	Jumlah perusahaan sampel		30		
6	Jumlah sampel 2009-2012		120		
7	Data outlier		2		
8	Sampel akhir		118		

Sumber: Data yang diolah, 2014

Deskripsi Variabel

Hasil uji statistik deskriptif dengan total sampel 118 perusahaan masing-masing variabel digambarkan pada tabel 2 sebagai berikut :

Tabel 2
Statistik Deskriptif

	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
TCSR	118	,564	,897	,73785	,068841
ETR	118	,006	,817	,24218	,128822
SIZE	118	12,491	30,845	17,98036	5,283336
LEV	118	,029	,730	,39981	,180955
CAPINT	118	,003	,653	,20497	,168840
MTB	118	,131	33,230	2,55008	3,888698
ROA	118	,003	,466	,10364	,093659

Sumber: Data yang diolah, 2014

Variabel CSR memiliki nilai minimum sebesar 0,564 sedangkan nilai maksimum sebesar 0,897. Nilai rata-rata CSR sebesar 0,73785, serta standar deviasi sebesar 0,068841 menunjukkan adanya simpangan yang relatif kecil pada variabel CSR. Variabel ETR yang merupakan proksi agresivitas pajak memiliki nilai minimum sebesar 0,006 sedangkan nilai maksimum sebesar 0,817. Nilai rata-rata sebesar 0,24218 dan standar deviasi sebesar 0,128822 menunjukkan adanya simpangan yang relatif kecil pada variabel ETR.

Variabel *SIZE* yang menggambarkan ukuran perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 12,491 dan nilai maksimum sebesar 30,845. Nilai rata-rata *SIZE* adalah 17,98036 dan memiliki standar deviasi sebesar 5,283336 menunjukkan adanya simpangan yang relatif kecil pada variabel *SIZE*.

Variabel LEV memiliki nilai minimum sebesar 0,029 dan nilai maksimum sebesar 0,730. Nilai rata-rata LEV sebesar 0,39981 dan standar deviasinya sebesar 0,180955 menunjukkan adanya simpangan yang relatif kecil pada variabel LEV.

Variabel CAPINT memiliki nilai minimum sebesar 0,003 dan nilai maksimum 0,653. Nilai rata-rata intensitas modal adalah sebesar 0,20497 dan standar deviasi sebesar 0,168840 menunjukkan adanya simpangan yang relatif kecil pada variabel CAPINT.

Variabel MTB (*market to book ratio*) memiliki nilai minimum 0,131 dan nilai maksimum sebesar 33,230. Nilai rata-rata sebesar 2,5508 dan memiliki standar deviasi sebesar 3,888698 menunjukkan adanya variasi data pada variabel MTB.

Variabel ROA (*return on asset*) memiliki nilai minimum 0,003 dan nilai maksimum sebesar 0,466. Nilai rata-rata variabel ROA sebesar 0,10364 dengan standar deviasi sebesar 0,093659 menunjukkan adanya simpangan yang relatif kecil pada variabel ROA.

Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini lolos semua uji asumsi klasik. Selain itu besarnya *adjusted R²* adalah 0,17. Hal ini menunjukkan bahwa hanya 17% variasi variabel independen (ETR) dan lima variabel kontrol dapat menjelaskan variasi variabel dependen (CSR). Sedangkan sisanya sebesar 83% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Hasil uji F menunjukan nilai F sebesar 4,997 dengan probabilitas 0,000. Hasil tersebut menandakan bahwa variabel independen ETR dan kelima variabel kontrol (*Size, Leverage, CAPINT, MTB, ROA*) dapat mempengaruhi secara bersama-sama terhadap variabel dependen (CSR). Hal tersebut dikarenakan probabilitas dalam tabel lebih kecil dari 0,05.

Tabel 3
Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Nilai Signifikansi ($\alpha = 5\%$)
ETR	,025*
SIZE	,205
LEV	,155
CAPINT	,979
MTB	,283
ROA	,001*

Keterangan: *) Signifikan

Berdasarkan tabel 3 menunjukan hasil uji t yang mana ETR merupakan proksi dalam mengukur agresivitas pajak memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,025. Hasil tersebut menandakan bahwa variabel agresivitas pajak (ETR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR pada $\alpha=5\%$. ETR yang tinggi menunjukkan tinggkat agresivitas pajak yang rendah, sehingga hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin rendah agresivitas pajak semakin tinggi pengungkapan CSR. Oleh karena itu, hasil penelitian ini tidak mendukung hipotesis satu (H1) yang menyatakan agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap CSR. Selain itu, sebagian besar sampel adalah perusahaan properti yang mana dikenakan pajak final sesuai dengan peraturan pemerintah UU No 71 tahun 2008 atas penghasilan sehubungan dengan pengalihan hak atas tanah dan/atau bangunan sehingga, nilai ETR yang tidak dapat menggambarkan agresivitas pajak. Penelitian ini

sejalan dengan dengan peneltian yang dilakukan oleh Zeng (2012) yang menyatakan bahwa agresivitas pajak berpengaruh negatif terhadap CSR.

Variabel kontrol ROA memiliki tingkat signifikasi sebesar 0,001. Hasil tersebut menandakan bahwa variabel kontrol ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR pada $\alpha=5\%$. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi memungkinkan perusahaan dapat mengungkapkan CSR lebih besar dengan mengalihkan beban pajak terhadap beban CSR. Tindakan tersebut mungkin dikarenakan CSR memiliki manfaat positif bagi perusahaan khususnya bagi sektor pertambangan dan properti yang mana dalam kelangsungan hidup perusahaannya juga bergantung pada kegiatan sosialnya atau lingkungannya. Hal ini sejalan dengan penelitian Asrarsani (2013)

Variabel kontrol *SIZE* memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,205. Hasil tersebut menandakan bahwa variabel kontrol *SIZE* tidak berpengaruh terhadap CSR pada $\alpha=5\%$. Hal tersebut dikarenakan besar atau kecilnya perusahaan pada kedua sektor ini tetap harus melakukan CSR dimana kedua sektor tersebut dalam kegiatan operasionalnya selalu berhubungan dengan lingkungan sekitar. Jadi tidak tergantung pada ukuran perusahaan dalam mengungkapkan CSR. Hal ini sejalan dengan penelitian Farook dan Lanis (2005), Hossain *et al* (2006), Anggraini (2006) yang menyatakan bahwa *size* tidak berpengaruh terhadap CSR.

Variabel kontrol LEV memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,155. Hasil tersebut menandakan bahwa variabel kontrol LEV 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), Anggreini (2006), dan Anggara (2010) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR.

Variabel kontrol CAPINT (intesitas modal) memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,979. Hasil tersebut menandakan bahwa variabel kontrol CAPINT tidak berpengaruh terhadap CSR pada $\alpha=5\%$. Hal tersebut dikarenakan intesitas modal yang dimiliki oleh perusahaan misalnya dalam wujud bangunan, mesin atau peralatan merupakan aset yang dimiliki perusahaan untuk kegiatan operasionalnya dan tidak ada hubungannya dengan pengungkapan CSR yang akan dilakukan oleh perusahaan.

Variabel kontrol MTB memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,283. Hasil tersebut menandakan bahwa variabel kontrol MTB tidak berpengaruh terhadap CSR pada $\alpha=5\%$. Hal tersebut mungkin dikarenakan peluang pertumbuhan dimasa mendatang tidak dapat diprediksi untuk menentukan seberapa besar CSR yang akan dikeluarkan oleh perusahaan. Namun, biasanya setiap perusahaan telah merencanakan pengungkapan CSR setiap tahunnya tanpa harus memperhatikan MTB.

Berdasarkan penjelasan tersebut variabel kontrol *size*, *leverage*, *capint* (intesitas modal) dan MTB (*market to book ratio*) tidak memiliki pengaruh terhadap CSR. Hal tersebut tidak sejalan dengan penelitian Lanis dan Richardson (2013) mungkin saja dikarenakan karakteristik di Indonesia dari masing-masing variabel kontrol tersebut berbeda selain itu pada penelitian ini juga hanya mengukur karakteristik pada perusahaan yang agresif saja tidak mengukur karakteristik pada perusahaan non agresif.



KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji apakah agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap *Corporate social responsibility* untuk menguji teori legitimasi pada perusahaan pertambangan dan properti yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2009-2012. Hasil penelitian secara empiris menunjukkan bahwa agresivitas pajak berpengaruh negatif terhadap *corporate social responsibility*. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki agresivitas pajak yang rendah akan cenderung mengungkapkan informasi CSR lebih besar untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat dan melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi.

Hasil dari variabel kontrol menunjukkan adanya hubungan ROA berhubungan positif dan signifikan terhadap *Corporate social responsibility*. Hal ini disebabkan perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi memungkinkan perusahaan tersebut untuk mengungkapkan CSR lebih besar, dimana dengan perusahaan mengungkapkan CSR lebih besar membuat masyarakat memperoleh manfaat langsung dari pengungkapan CSR tersebut.

Penelitian ini memiliki keterbatasan penelitian yaitu pengukuran agresivitas pajak hanya menggunakan data perusahaan dalam *annual report* dan tidak mempertimbangkan faktor-faktor lain yang mungkin dapat digunakan sebagai proksi agresivitas pajak diluar data *annual report*, terdapat perbedaan penilaian dalam menganalisis dan mengidentifikasi item pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan karena terdapat unsur subjektivitas pada masing-masing peneliti, sampel penelitian ini hanya memiliki *adjusted R²* sebesar 0,17 atau 17 %, sehingga variabel independen (ETR) dan kontrol (*SIZE*, *LEV*, *MTB*, *CAPINT*, *ROA*) dalam penelitian ini tidak dapat menjelaskan secara menyeluruh terhadap variabel dependen (*CSR*). Hal ini menunjukkan masih terdapat variabel lain yang dapat menjelaskan variabel dependen (*CSR*) tersebut, sampel penelitian ini menggunakan sektor properti yang mana dikenakan PPh final sehingga nilai ETR tidak dapat menggambarkan agresivitas pajak pada sektor tersebut.

Atas dasar keterbatasan tersebut, untuk penelitian selanjutnya disarankan agar menggunakan proksi lain dalam mengukur tingkat agresivitas pajak, menambah sampel pada sektor lain dan menambah tahun penelitian, mengembangkan faktor lain yang mempengaruhi *corporate social responsibility* agar model penelitian menjadi lebih baik., dan bagi Direktorat Jenderal Perpajakan diharapkan dapat membuat peraturan yang jelas mengenai agresivitas pajak yang dapat mengelompokan perusahaan yang terlibat maupun tidak terlibat dalam agresivitas pajak.

REFRENSI

Anggraini, Fr. Reni Retno. 2006. "Pengungkapan informasi sosial dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial dalam laporan keuangan tahunan (studi empiris pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta)". *Makalah disampaikan pada Simposium Nasional Akuntansi IX*, Padang, 23-26 Agustus 2006.



- Asrarsani, Andi Mursyid. 2013, “ Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan Perbankan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia”.
- Balakrishnan, K., J. Blouin, and W, Guay. 2011. "Does Tax Aggressiveness Reduce Financial Reporting Transparency?". *www.google.co.id*. Diakses Selasa 23 September 2013.
- Chariri, A. 2008. Kritik Sosial Atas Pemakaian Teori Dalam Penelitian Pengungkapan Sosial dan Lingkungan. *Jurnal Maksi*, 8, 151-169.
- Christensen, J. and Murphy, R. 2004 , “The social irresponsibility of corporate tax avoidance: taking CSR to the bottom line”, *Development*, Vol. 47 No. 3, pp. 37-44.
- 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 September 2013.
- Deegan, C., Rankin, M. and Tobin, J. (2002), “An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983-1997”, *Accounting, Auditing & Accountability*, Vol. 15 No. 3, pp. 312-43.
- Ghozali, I. 2011. *Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Gray, R., Kouhy, R. and Lavers, S. 1995, “Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure”. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 8 No. 2, pp. 47-77.
- Harari, M., O. Sitbon, and R. Donyets. 2012. "The Missing Billions: Aggressive Tax Planning and Corporate Social Responsibility in Israel". *www.google.co.id*. Diakses Selasa 23 September 2013.
- <http://www.metrotvnews.com/metronews/read/2013/06/21/2/163069/Ini-Tiga-Sektor-yang-sedang-Diburu-Dirjen-Pajak>.” Ini Tiga Sektor yang sedang Diburu Dirjen Pajak”, dalam *MetroTVNews.com*. Diakses Senin 22 September 2013.
- Ikatan Akuntansi Indonesia, 2012. *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- 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.

Khurana, I. K. dan W. J. Moser. 2009. Institutional Ownership and Tax Aggressiveness. www.ssrn.com Landolf, U. and Symons, S. (2008), "Applying corporate responsibility to tax", *International Tax Review*, Vol. 31, pp. 6-13.

Lanis, R. and G. Richardson. 2012. "Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis". *J. Account. Public Policy*, pp.86-108.

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, pp.75-100.

Republik Indonesia. 2009. Direktorat Jenderal Pajak Nomor PER-31/PJ/2012 Tentang Pedoman Teknis Tata Cara Pemotongan, Penyetoran, dan Pelaporan Pajak Penghasilan Pasal 21. Jakarta.

Sembiring, R.A. 2005. "Karakteristik perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta". *Symposium Nasional Akuntansi VIII*.

Setiadji, Bambang. 2010. "Diusulkan Ada Pemotongan Pajak". *Harian Seputar Indonesia*. <http://www.ortax.org/ortax/?mod=berita&page=show&id=10431&q&hl m=3>. Diakses 23 September 2013.

Warhust, Alyson. 2010. "Kewajiban CSR sebagai Instrumen Pemotongan Pajak". <http://www.hukumonline.com/berita/baca/lt4ce4e5b38d286/kewajiban-CSR-sebagai-instrumen-pemotongan-pajak>. Diakses Senin 22 September 2013.

Watson, L. 2012. "Corporate Social Responsibility, Tax Avoidance, and Tax Aggressiveness". *Social Science Research Network*.

Zeng, T. 2012. "Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness". *Social Science Research Network*.