

**PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK DAN KEPEMILIKAN
MANAJERIAL TERHADAP PENGUNGKAPAN
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY***

**(Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Manufaktur Yang
Terdaftar di BEI Periode 2015-2018)**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana S-1**



Disusun Oleh:
Hanifa Novia Aziz
NIM. 15.0102.0184

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
TAHUN 2020**

**PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK DAN KEPEMILIKAN
MANAJERIAL TERHADAP PENGUNGKAPAN
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY***

**(Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Manufaktur Yang
Terdaftar di BEI Periode 2015-2018)**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Magelang**



Disusun Oleh:
Hanifa Novia Aziz
NIM. 15.0102.0184

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
TAHUN 2020**

SKRIPSI

**PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK DAN KEPEMILIKAN MANAJERIAL TERHADAP
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Manufaktur
Yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2018)**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Hanifa Novia Aziz

NPM 15.0102.0184

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal **20 Februari 2020**

Susunan Tim Penguji

Pembimbing

Dr. Lilik Andriyani, S. E., M. Si.

Pembimbing I

Pembimbing II

Tim Penguji

Dr. Lilik Andriyani, S. E., M. Si.

Ketua

Barkah Susanto, S.E., M.Sc., Ak.

Sekretaris

Yulinda Devi Pramita, S.E., M.Sc., Ak.

Anggota

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana S1

Tanggal

06 MAR 2020

Dra. Marlina Kurnia, MM

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hanifa Novia Aziz

NIM : 15.0102.0184

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Akuntansi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul :

**PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK DAN KEPEMILIKAN
MANAJERIAL TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY*
(Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Manufaktur yang Terdaftar di BEI
Periode 2015-2018)**

adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar sarjananya).

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Magelang, 10 Februari 2020

Pembuat Pernyataan,



Hanifa Novia Aziz
NIM. 15.0102.0184

RIWAYAT HIDUP

Nama : Hanifa Novia Aziz
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Magelang, 13 November 1993
Agama : Islam
Status : Menikah
Alamat Rumah : Sumber Ketandan RT 020 Rw 006, Secang, Magelang
Alamat Email : hanifa.aziz13@gmail.com

Pendidikan Formal:

Sekolah Dasar (1999-2005) : MI Nurul Ummah Tawangsari
SMP (2005-2008) : MTs Negeri Kota Magelang
SMK (2008-2011) : SMK Negeri 1 Tembarak
Perguruan Tinggi (2015-2020) : S1 Program Studi Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Magelang

Magelang, 10 Februari 2020

Peneliti,



Hanifa Novia Aziz
NIM. 15.0102.0184

MOTTO

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(QS. Al-Baqarah 286)

“Kita berdo’a kalau kesusahan dan membutuhkan sesuatu, mestinya kita juga berdo’a dalam kegembiraan besar dan saat rizki bergelimpang.”

(Kahlil Gibran)

“Positive thinking does not mean trying to create something that is not there.

Real positive thinking acknowledges that good already exist”

(Alan Cohen)

“Once you replace negative thoughts with positive ones, you’ll start having positive result”

(Willie Nelson)

“Be Brave, Be Humble”

(Byun Baekhyun)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul **“PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK DAN KEPEMILIKAN MANAJERIAL TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2018)”**. Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Ekonomi program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang.

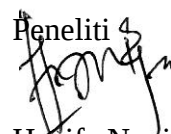
Proses penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala-kendala yang dihadapi. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang selalu melimpahkan nikmat sehat kepada saya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Dr. Suliswiyadi, M. Ag., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Magelang.
3. Ibu Dra. Marlina Kurnia, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang.
4. Bapak Dr. Wawan Sadtyo Nugroho, SE, M.Si., Ak., CA., selaku Kepala Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang.
5. Ibu Dr. Lilik Andriyani, S. E., M. Si., selaku Dosen Pembimbing yang penuh kesabaran dan ketulusan hati telah bersedia meluangkan waktu, memberikan pengarahan, bimbingan, kritik, dan saran dalam penulisan skripsi ini hingga sampai terlaksananya sidang skripsi.

6. Bapak Barkah Susanto, S.E., M.Sc., Ak. selaku dosen penguji 1 (satu) yang sudah banyak membantu memberikan kritik dan saran terhadap perbaikan skripsi ini.
7. Ibu Yulinda Devi Paramita, S.E., M.Sc., Ak. selaku dosen penguji 2 (dua) yang sudah banyak membantu memberikan kritik dan saran terhadap perbaikan skripsi ini.
8. Bapak Muh. Daiman dan Ibu Umi Ma'sumah, orang tua saya tercinta yang selalu memberikan perhatian, doa, semangat dan dukungan moral spiritual, materil maupun immaterial dalam proses penyelesaian skripsi ini.
9. Suamiku tercinta Ahmad Widiyanto yang selalu memberikan dukungan, semangat dan do'a sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, terimakasih atas semua perhatiannya.
10. Bapak Wugio selaku Bapak mertua saya, terimakasih atas do'anya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. (Alm.) Ibu Sudilah selaku Ibu mertua saya, terimakasih telah memberi semangat dan dorongan agar skripsi saya segera selesai walaupun hanya singkat waktu kita bersama.
11. Sahabat-sahabat saya Hasmi, Annisa, Ita dan Dewi, adik-adik saya Nia dan Fiki terimakasih atas semangatnya sehingga skripsi ini terselesaikan.
12. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Semoga Allah SWT berkenan melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak atas bantuan yang telah diberikan kepada penyusun. Harapan dari penyusun, semoga skripsi ini bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkannya. Wassalamu'alailum Wr. Wb.

Magelang, 10 Februari 2020

Peneliti 4


Hanifa Novia Aziz
NIM. 15.0102.0184

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Pernyataan Keaslian Skripsi	iii
Halaman Riwayat Hidup	iv
Motto	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran	xii
Abstrak	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penulisan.....	13
D. Kontribusi Penelitian.....	13
E. Sistematika Pembahasan	14

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Telaah Teori	16
1. Teori Sinyal	16
2. <i>Corporate Social Responsibility</i>	18
3. Agresivitas Pajak.....	20
4. Kepemilikan Manajerial.....	21
B. Telaah Penelitian Sebelumnya	22
C. Perumusan Hipotesis	24
D. Model Penelitian	28

BAB III METODE PENELITIAN

A. Populasi dan Sampel	29
B. Data Penelitian	30
C. Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel.....	30
D. Metode Analisis Data	37

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Sampel Penelitian	47
B. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	48
C. Hasil Pengujian Asumsi Klasik.....	51
D. Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
E. Hasil Pengujian Hipotesis	56
F. Pembahasan.....	61

BAB V KESIMPULAN

A. Kesimpulan.....	74
B. Keterbatasan Penelitian.....	75
C. Saran.....	75

DAFTAR PUSTAKA	77
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	82
----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1	Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel	34
Tabel 4.1	Pengambilan Sampel.....	47
Tabel 4.2	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	48
Tabel 4.3	Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 4.4	Hasil Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4.5	Hasil Uji Autokorelasi	53
Tabel 4.6	Hasil Uji Heteroskedastisitas	53
Tabel 4.7	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	54
Tabel 4.8	Hasil Uji R^2	56
Tabel 4.9	Hasil Uji F (<i>Goodness of Fit</i>)	57
Tabel 4.10	Hasil Uji t.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Daerah Penerimaan Uji F	44
Gambar 3.2	Daerah Penerimaan Uji t (Hipotesis Positif).....	44
Gambar 3.3	Daerah Penerimaan Uji t (Hipotesis Negatif)	46
Gambar 4.1	Nilai Kritis Uji F	57
Gambar 4.2	Perbandingan Nilai t hitung dengan t tabel variabel Agresivitas Pajak.....	59
Gambar 4.3	Perbandingan Nilai t hitung dengan t tabel Variabel Kepemilikan Manajerial	59
Gambar 4.4	Perbandingan Nilai t hitung dengan t tabel Variabel Kontrol Profitabilitas	60
Gambar 4.5	Perbandingan Nilai t hitung dengan t tabel Variabel Kontrol Ukuran Perusahaan	60
Gambar 4.6	Perbandingan Nilai t hitung dengan t tabel Variabel Kontrol <i>Leverage</i>	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar Sampel Perusahaan.....	83
Lampiran 2	Daftar Indikator Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Menurut GRI-G4.....	84
Lampiran 3	Perhitungan Effective Tax Rates Tahun 2015-2018	106
Lampiran 4	Perhitungan Kepemilikan Manajerial Tahun 2015-2018	108
Lampiran 5	Perhitungan Profitabilitas Tahun 2015-2018.....	112
Lampiran 6	Perhitungan Ukuran Perusahaan Tahun 2015-2018	114
Lampiran 7	Perhitungan <i>Leverage</i> Tahun 2015-2018	116
Lampiran 8	Uji Statistik Deskriptif.....	118
Lampiran 9	Hasil Uji Normalitas	119
Lampiran 10	Hasil uji Autokorelasi	120
Lampiran 11	Hasil Uji Multikolieritas	121
Lampiran 12	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	122
Lampiran 13	Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	123
Lampiran 14	Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>)	124
Lampiran 15	Uji F.....	125
Lampiran 16	Uji t.....	126
Lampiran 17	Tabel F.....	127
Lampiran 18	Tabel t.....	128
Lampiran 19	Tabel <i>Durbin-Waston</i>	129
Lampiran 20	Indikator CSR Menurut GRI G-4	130

ABSTRAK

PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK DAN KEPEMILIKAN MANAJERIAL TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

**(Studi Empiris pada Perusahaan Sektr Manufaktur
yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2018)**

**Oleh:
Hanifa Novia Aziz**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh agresivitas pajak dan kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* periode 2015-2018. Berdasarkan metode pengambilan sampel *purposive sampling* dengan penelitian 4 tahun, diperoleh sampel sebanyak 21 perusahaan. Metode analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang didukung oleh variabel kontrol profitabilitas dan ukuran perusahaan, variabel kontrol *leverage* tidak mendukung. Sedangkan kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang didukung oleh variabel kontrol profitabilitas dan ukuran perusahaan, variabel kontrol *leverage* tidak mendukung.

Kata Kunci :Agresivitas Pajak, Kepemilikan Manajerial, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, *Corporate Social Responsibility*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tantangan yang dihadapi oleh perusahaan-perusahaan sekarang ini salah satunya adalah adanya MEA atau Masyarakat Ekonomi Asean yang mulai diberlakukan aktif mulai dari tahun 2015 untuk perusahaan-perusahaan di Asia Tenggara. Akibat dari diberlakukannya MEA ini adalah perdagangan di Indonesia semakin luas, dengan tantangan-tantangan dari Negeri tetangga sendiri dan persaingan pun semakin ketat. Cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan di Indonesia untuk mengatasi persaingan bebas tersebut adalah dengan mempertahankan pasar global yang sudah ada dengan cara “mengambil hati” dan bertanggung jawab terhadap pihak-pihak yang berkepentingan.

Beroperasinya sebuah perusahaan haruslah memperhatikan keadaan gejala sosial budaya yang ada di sekitarnya, karena jika ada pergerakan sosial budaya masyarakat sekitar, akan dapat menghambat operasional perusahaan itu sendiri, seperti munculnya kecemburuan sosial akibat dari pola hidup dan pendapatan yang sangat jauh berbeda antara pegawai perusahaan dengan masyarakat sekitar atau bahkan kondisi di dalam perusahaan itu sendiri, yaitu perbedaan pendapatan antara pegawai lokal dengan pegawai pendatang (dari luar daerah atau karyawan asing).

Kenyataan-kenyataan tersebut pada dasarnya dapat menjadi penghambat bagi berjalannya sebuah korporasi dan juga menjadi hambatan dalam pembentukan kebudayaan perusahaan, belum lagi jika terdapat kerusakan lingkungan di daerah sekitar perusahaan beroperasi. Permasalahan-permasalahan yang timbul tersebut,

banyak perusahaan swasta kini mengembangkan apa yang disebut tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR), Tanggung jawab sosial perusahaan menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap kepentingan pihak-pihak lain secara lebih luas daripada sekedar kepentingan perusahaan saja. Menurut Indraswari dan Astika (2015) CSR dapat dilihat melalui dua sudut pandang, antara lain *Corporate Social Responsibility* berdasarkan teori serta berdasarkan realita atau fakta yang terjadi. *Corporate Social Responsibility* merupakan pengungkapan di dalam laporan tahunan yang tidak hanya berpijak pada *single bottom line* yaitu nilai perusahaan (*corporate value*), namun juga berpijak pada *triple bottom lines* yaitu keuangan, sosial dan lingkungan (Daniri, 2008) dikutip dalam Machmud dan Djakman (2008). Tuntutan ini muncul karena perkembangan eksistensi secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan nilai perusahaan diharapkan agar perusahaan dapat memperoleh keuntungan/laba untuk jangka panjang.

Tanggung jawab sosial dari perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholder*, termasuk didalamnya adalah pelanggan, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, *supplier* bahkan juga kompetitor. Dunia internasional sendiri sudah ditegaskan kewajiban korporat yang tergabung dalam ISO untuk menyejahterakan komunitas di sekitar wilayah usaha yang ditetapkan dalam pertemuan antarkorporat dunia di Trinidad pada ISO/COPOLCO (ISO Committee on Consumer Policy) workshop 2002 di Port of Spain.

Banyak sekali manfaat yang akan diterima dari pelaksanaan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ini baik bagi perusahaan, masyarakat, lingkungan, maupun negara. Menurut Effendi (2007), ada empat manfaat yang diperoleh perusahaan dengan mengimplementasi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, yaitu: (1) Keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkembang, selain itu perusahaan juga mendapat citra (*image*) yang positif di mata masyarakat. (2) Perusahaan menjadi lebih mudah untuk memperoleh akses terhadap modal (*capital*). (3) Perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas. (4) Perusahaan dapat meningkatkan kualitas pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*), dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*).

Pengembangan program-program sosial perusahaan berupa bantuan fisik, pelayanan kesehatan, pembangunan masyarakat (*community development outreach*), beasiswa dan sebagainya. Motivasi mencari laba bisa menghambat keinginan untuk membangun masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Kebijakan pemerintah untuk mendorong dan mewajibkan perusahaan swasta untuk menjalankan tanggung jawab sosial ini tidak begitu jelas dan tegas, ditambahkan pula banyak program yang sudah dilaksanakan perusahaan tidak berkelanjutan. Jayanti dan Husnaini (2018) menyatakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang awalnya dianggap beban akan berubah menjadi suatu investasi strategis, karena mendatangkan keuntungan yang langgeng bagi perusahaan. Penerapan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam perusahaan bukan hanya kewajiban pihak internal (pemimpin perusahaan dan

manajer) saja, namun dalam praktik, setiap elemen perusahaan juga diharapkan berkontribusi dalam mewujudkan tujuan tersebut. Perusahaan diharapkan dapat menerapkan tata kelola perusahaan, guna menjaga keseimbangan antar pihak, yaitu internal dan eksternal.

Pertanggungjawaban sosial perusahaan wajib diungkapkan kedalam laporan tahunan perusahaan tersebut atas dasar transparansi terhadap *stakeholder* maupun *shareholder*, hal tersebut berdasarkan atas aturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah yang berkisar antara 2,5% sampai 3% dari keuntungan operasional perusahaan tersebut. Berdasarkan penelitian terdahulu Wardhani *et. al.* (2017) atas regulasi atau peraturan pemerintah yang semakin hari semakin menyorot kegiatan perusahaan, maka isu pajak pun muncul. Adanya permasalahan pajak sudah dialami oleh negara-negara di seluruh dunia dan tak terkecuali kini Indonesia. Didalam Undang–Undang tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (UU KUP) Nomor 16 Tahun 2009 pasal 1 ayat 1 menyatakan bahwa:

“pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”.

Pajak merupakan salah satu pendapatan negara. Akan tetapi, bagi pelaku bisnis pajak dianggap sebagai beban investasi, oleh karena itu pajak sudah menjadi hal yang wajar apabila perusahaan berusaha untuk menghindari beban pajak. Tindakan manajemen yang direncanakan untuk memperkecil pembayaran pajak perusahaan melalui kegiatan agresivitas pajak menjadi hal umum di kalangan perusahaan di seluruh dunia (Lanis dan Richardson, 2013).

Pajak merupakan tumpuan terbesar dari beban belanja APBN Indonesia. Pengeluaran negara yang makin meningkat juga berdampak pada target pajak yang terus meningkat tiap tahunnya. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dalam menetapkan targetnya berpedoman pada pertumbuhan potensi pajak yang ada. Pada tahun 2011 target penerimaan pajak sebesar Rp 872,6 triliun, sedangkan pada tahun 2012 target tersebut ditingkatkan menjadi Rp 1.032,57 triliun (www.pajak.go.id diakses pada 23 Januari 2019). Prosentase realisasi penerimaan terbesar pajak berasal dari Pajak Penghasilan (PPh), penerimaan PPh mencapai 99,8% dari target sebesar Rp. 431,97 triliun.

Direktorat Jenderal Pajak berharap bahwa salah satu sumber penerimaan pajak adalah dari industri manufaktur. Industri manufaktur mengalami pertumbuhan terbesar dari sektor industri lainnya yaitu sebesar 4,12% pada tahun 2012 meningkat dari tahun 2011 sebesar 4,10%. Pada tahun 2010 kontribusi PPN sektor manufaktur meningkat menjadi 46%, kemudian melonjak 60,5% pada tahun 2011 dan meningkat kembali hingga 74,2% pada tahun 2012. Sedangkan untuk kontribusi PPh tahun 2010 meningkat menjadi 34,7%, pada tahun 2011 sebesar 41,9% dan pada tahun 2012 kembali meningkat sebesar 55% (BPS, 2012). Meski begitu, tetap terdapat kesenjangan antara penerimaan yang seharusnya dengan penerimaan yang benar-benar terjadi pada pajak di sektor industri manufaktur baik dari PPh, PPN ataupun pajak lainnya yang berhubungan dengan sektor industri manufaktur. Kesenjangan penerimaan yang terjadi disebabkan oleh rendahnya kepatuhan penyetoran pajak, masih banyaknya transaksi yang tidak

tercatat (*underground economy*) dan adanya kecenderungan penghindaran pajak (www.pajak.go.id diakses pada 23 Januari 2019).

Agresivitas pajak didefinisikan sebagai rencana atau pengaturan yang diberlakukan dengan tujuan utama menghindari pajak dimana tidak mengikuti hukum yang berlaku (Braithwaite, 2005), dengan begitu pendapatan yang diperoleh perusahaan dapat bertambah, akan tetapi tindakan agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan dapat menurunkan pendapatan pajak yang diterima pemerintah. Pembayaran pajak memiliki peranan yang penting karena menyediakan barang publik seperti pendidikan, pertahanan nasional, perawatan kesehatan masyarakat dan penegakan hukum (Sikka, 2010). Sehingga, kekurangan pendapatan pajak yang diterima pemerintah dapat menimbulkan permusuhan, memperburuk reputasi perusahaan di pandangan para *stakeholders* dan paling buruk terdapat kemungkinan pemberhentian operasi bisnis (Hartnett, 2008), oleh karena itu agresivitas pajak dianggap sebagai tindakan yang tidak bertanggungjawab secara sosial (Schön, 2008). Perusahaan yang agresif terhadap pajak akan cenderung mengungkapkan informasi tambahan terkait dengan kegiatan *Corporate Social Responsibility* di berbagai bidang dalam rangka meringankan perhatian publik serta mencari simpati dari masyarakat.

Fenomema penghindaran pajak juga dapat ditemui di Amerika. Paling tidak terdapat seperempat dari jumlah perusahaan di Amerika telah melakukan penghindaran pajak yaitu dengan membayar pajak kurang dari 20 persen padahal rata-rata pajak yang harus dibayarkan perusahaan mendekati 30 persen (Dyrenge *et al.*, 2008). Begitu pula di Indonesia, pada tahun 2005 terdapat 750 perusahaan

Penanaman Modal Asing (PMA) yang diduga melakukan penghindaran pajak dengan cara melaporkan kerugian perusahaan selama lima tahun berturut-turut dan tidak membayar pajak kepada negara. Tahun 2012 ada 4000 perusahaan PMA melaporkan pajaknya nihil yang dikarenakan adanya kerugian selama tujuh tahun berturut-turut. Umumnya perusahaan tersebut bergerak di bidang manufaktur dan pengolahan bahan baku (Direktorat Jendral Pajak, 2018).

Perusahaan yang melakukan agresivitas pajak dianggap membayar pajak dalam jumlah yang lebih rendah dari yang seharusnya. Agresivitas pajak yang dilakukan dipandang berpotensi besar merugikan masyarakat. Hal ini tidak sesuai dengan harapan masyarakat sehingga sinyal publik terhadap perusahaan akan buruk. Kekurangan pembayaran pajak pendapatan perusahaan menghasilkan permusuhan, kerusakan reputasi korporasi di mata berbagai pemangku kepentingan, dan mungkin yang terburuk ialah penghentian kegiatan usaha (Erle, 2008). Hal tersebut ditakutkan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan tersebut berusaha mengungkapkan CSR lebih banyak dari pada perusahaan yang tidak melakukan agresivitas pajak untuk menjaga sinyal baik dari publik bagi perusahaan.

Beberapa perusahaan multinasional yang terindikasi agresif pajaknya di Indonesia ternyata meraih peringkat atas dalam hal CSR berdasarkan pemeringkatan yang dilakukan oleh *Reputation Institute*, yaitu *Global CSR RepTrak®* (diakses pada 21 Februari 2020). Salah satu contoh perusahaan yang terindikasi agresif terhadap pajak di Indonesia adalah Google dan Toyota. Google menempati peringkat pertama *Global CSR RepTrak®* tahun 2014 dan 2015

berturut-turut, setelah sebelumnya berada pada peringkat 3 pada tahun 2013, sedangkan Toyota menempati peringkat 16 *Global CSR RepTrak®* pada tahun 2014 dan peringkat 33 pada tahun 2015. Hal ini menunjukkan tingginya perhatian perusahaan-perusahaan dengan kasus agresivitas pajak tersebut terhadap pengungkapan CSR sebagai salah satu cara menjaga sinyal baik dari masyarakat.

Pengungkapan CSR juga terkait dengan teori sinyal (*signalling theory*). Teori Sinyal (*signalling theory*) adalah teori yang dikemukakan oleh Ross (1977). Dalam teori ini dikemukakan bahwa pihak eksekutif perusahaan akan memiliki informasi yang lebih baik dan cenderung untuk memberikan informasi tersebut kepada calon investor. Teori sinyal menyatakan bahwa terdapat kandungan informasi pada pengumuman suatu informasi yang dapat menjadi sinyal bagi investor dan pihak potensial lainnya dalam mengambil keputusan ekonomi. Suatu pengumuman dikatakan mengandung informasi apabila dapat memicu reaksi pasar, yaitu dapat berupa perubahan harga saham atau *abnormal return*. Suatu pengumuman dikatakan memberikan dampak positif berupa kenaikan harga saham, jika pengumuman tersebut merupakan sinyal positif, namun jika pengumuman tersebut memberikan dampak negatif, maka pengumuman tersebut merupakan sinyal negatif. Salah satu informasi yang dapat dijadikan sinyal bagi pihak di luar perusahaan, terutama bagi pihak investor adalah laporan tahunan.

Penelitian terdahulu mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan agresivitas pajak dilakukan oleh Watson (2012). Hasil penelitian menemukan bahwa terjadi hubungan negatif antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan agresivitas pajak yang menggunakan proksi

tarif pajak yang berlaku (*ETR*). Berdasarkan penelitian sebelumnya tersebut pada tahun 2013, Lanis dan Richardson melakukan penelitian kembali. Penelitian tersebut menghubungkan agresivitas pajak dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam konteks teori legistimasi. Penelitian tersebut membedakan sampel yang diteliti dengan membedakan perusahaan yang agresivitas pajak dan non-agresivitas pajak. Hasil penelitian yang dilakukan secara konsisten menunjukkan hubungan positif dan signifikan antara agresivitas pajak perusahaan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sehingga membenarkan teori sinyal dalam konteks agresivitas pajak perusahaan. Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sagala Dan Ratmono (2015); Wijaya, Paulus Th. dan Hadiprajitno (2017); Arfiyanto dan Ardiyanto (2017) yang menunjukkan hasil hubungan positif antara agresivitas pajak dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Ketidak-konsistenan dari hasil penelitian sebelumnya antara Watson (2012) yang menunjukkan hasil negatif antara agresivitas pajak dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Lanis dan Richardson (2013); Sagala dan Ratmono (2015); Wijaya, Paulus Th. dan Hadiprajitno (2017); Arfiyanto dan Ardiyanto (2017) yang menunjukkan hasil hubungan positif antara agresivitas pajak dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, maka perlu dilakukan penelitian selanjutnya mengenai hubungan keduanya dengan membedakan data dari tahun penelitian yang diambil antara tahun 2015 sampai 2018 berdasarkan laporan tahunan yang dapat diakses melalui Bursa Efek Indonesia.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Sunaryo dan Mahfud (2016) mengenai pengaruh pajak terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* memberikan hasil bahwa ukuran perusahaan, *leverage* dan umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sedangkan profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Penelitian yang lain oleh Wardhani dan Muid (2017) yang memberi hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh.

Laporan tahunan dan laporan keuangan merupakan salah satu informasi yang wajib dipublikasikan kepada berbagai pihak, baik manajemen perusahaan maupun pihak-pihak di luar manajemen, seperti kreditor, investor, karyawan, pemerintah, dan masyarakat. Namun sejauh mana informasi yang dapat diperoleh sangat tergantung pada tingkat pengungkapan (*disclosure*) dari laporan tersebut.

Siallagan dan Machfoedz (2006) menyebutkan bahwa semakin besar kepemilikan manajemen, maka manajemen akan cenderung meningkatkan kinerjanya untuk kepentingan pemegang saham dan untuk kepentingan sendiri. Shleifer dan Vishny (1986) menyatakan bahwa pemegang saham terbesar mempunyai arti penting dalam pengawasan terhadap perilaku manajer dalam perusahaan, sehingga dengan adanya kepemilikan manajemen akan selalu ada pengawasan terhadap kebijakan-kebijakan manajer dalam pengambilan keputusan. Menurut Arifin (2003), perusahaan dengan kepemilikan manajerial adalah perusahaan dengan kepemilikan sahamnya $> 5\%$ (yang namanya tercantum pada

laporan keuangan) tidak dimiliki pemerintah, lembaga keuangan, atau masyarakat (individu yang kepemilikannya tidak tercantum di laporan keuangan). Penelitian Hamzah (2017); Robiah dan Erawati (2017) menunjukkan hasil bahwa kepemilikan manajemen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari (2016) dan Purwanty *et.al.* (2017) yang menyebutkan bahwa variabel kepemilikan manajerial memiliki pengaruh signifikan. Atas ketidak-konsistenan penelitian sebelumnya tersebut, maka diputuskan untuk dilakukan penelitian lebih lanjut yang dihubungkan dengan aktivitas agresivitas pajak terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Wardhani dan Muid (2017) dan Hamzah (2017). Persamaan penelitian ini dengan penelitian Wardhani dan Muid (2017) adalah **Pertama**, penggunaan variabel independen agresivitas pajak karena menurut Frank *et.al.* (2009) tindakan pajak agresif adalah suatu tindakan yang bertujuan untuk merekayasa laba kena pajak perusahaan melalui perencanaan pajak, baik menggunakan cara yang ilegal (*tax avoidance*) atau legal (*tax evasion*). Agresivitas pajak dapat diukur dengan berbagai cara, yaitu dengan menggunakan *Effective Tax Rate (ETR)*, *Book Tax Difference (BTD)*, *Residual Tax Difference (RTC)*, dan *Cash Effective Tax Rate (CETR)*. Penelitian ini mengukur agresivitas pajak dengan menggunakan *ETR*. Ada banyak motivasi yang mendorong perusahaan untuk melakukan agresivitas pajak, salah satunya adalah karakteristik perusahaan yang dalam penelitian ini diproksikan dengan profitabilitas (*Return on Assets = ROA*), ukuran

perusahaan (*SIZE*) dan tingkat *leverage*. Keberadaan tanggung jawab sosial juga dapat menjadi motivasi bagi perusahaan untuk melakukan agresivitas pajak. **Kedua**, sampel penelitian adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Wardhani dan Muid (2017) adalah **Pertama**, menambah satu variabel independen yaitu kepemilikan manajerial dan mengubah variable profitabilitas, ukuran perusahaan dan *leverage* yang semula merupakan variabel independen menjadi variabel kontrol. Alasan pemilihan kepemilikan manajemen sebagai variabel independen karena manajemen dengan kepemilikan saham yang tinggi akan selalu melakukan aktivitas sosial dan lingkungan lebih banyak, agar mempunyai pengaruh terhadap pihak-pihak internal maupun eksternal yang mempunyai kepentingan terhadap perusahaan. Perusahaan berusaha mencari pembenaran dari para *stakeholder* dalam menjalankan kegiatan perusahaannya. Semakin kuat posisi *stakeholder*, semakin besar pula kecenderungan perusahaan mengadaptasi diri terhadap keinginan para *stakeholder*-nya dan merupakan sarana yang sukses bagi perusahaan untuk menegosiasikan hubungan dengan *stakeholder*-nya (Hamzah, 2017).

Kedua, perbedaan yang kedua adalah terdapat pada rentang waktu penelitian dan penggunaan data terbaru. Penelitian ini dilakukan dengan data dalam rentang waktu 2015-2018. Hal ini dilakukan agar hasil dari penelitian bisa menggambarkan kondisi perusahaan manufaktur saat ini yang lebih agresif terhadap pajak atau tidak. **Ketiga**, perbedaan dengan penelitian sebelumnya

terletak pada teori yang digunakan. Pada penelitian Wardhani dan Muid (2017) menggunakan teori legitimasi karena berhubungan dengan berperilaku tindakan yang agresif terhadap pajak yang berhubungan dengan hukum, sedangkan pada penelitian ini menggunakan teori sinyal yang berhubungan dengan pengungkapan (*disclosure*) tanggung jawab perusahaan yang diharapkan akan memberikan *good news* terhadap *stakeholder* atau investor.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh agresivitas pajak terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan ?
2. Apakah terdapat pengaruh kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh agresivitas pajak terhadap terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan.
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh kepemilikan manajerial terhadap terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan.

3. Kontribusi Penelitian

1. Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap ilmu pengetahuan untuk menambah wawasan dan menguji kemampuan mahasiswa mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur.

2. Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana untuk menerapkan teori yang telah diperoleh di perkuliahan dan menambah wawasan penulis dengan memberikan pengetahuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur.

b. Bagi Perusahaan

Memberikan masukan kepada perusahaan untuk dapat mempertimbangan faktor-faktor yang dapat memengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*-nya.

c. Bagi Universitas

Penelitian ini dapat menambah referensi untuk perpustakaan Universitas Muhammadiyah Magelang, serta dapat menambah pengetahuan dan informasi pembaca khususnya mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang sama.

4. Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang uraian mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian dan sistematika Penelitian.

BAB II TINJUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Bab ini memuat uraian tentang telaah teori tinjauan pustaka, telaah penelitian sebelumnya perumusan hipotesis dan model penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memuat secara rinci metode penelitian yang digunakan peneliti beserta jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi variabel penelitian dan pengukuran variabel, serta analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini bertujuan untuk membahas dan menguraikan pengujian yang telah dilakukan meliputi statistic deskriptif, uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

BAB V KESIMPULAN

Bab ini meliputi uraian mengenai kesimpulan penelitian keterbatasan penelitian dan saran penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Telaah Teori

1. Teori Sinyal

Signalling Theory atau teori sinyal dikembangkan oleh (Ross, 1977), menyatakan bahwa pihak eksekutif perusahaan memiliki informasi lebih baik mengenai perusahaannya akan terdorong untuk menyampaikan informasi tersebut kepada calon investor agar harga saham perusahaannya meningkat. Hal positif dalam *signalling theory* dimana perusahaan yang memberikan informasi yang bagus akan membedakan mereka dengan perusahaan yang tidak memiliki “berita bagus” dengan menginformasikan pada pasar tentang keadaan mereka, sinyal tentang bagusnya kinerja masa depan yang diberikan oleh perusahaan yang kinerja keuangan masa lalunya tidak bagus tidak akan dipercaya oleh pasar (Wolk dan Tearney, 2010) dan (Dwiyanti, 2010).

Menurut Jogiyanto (2014), informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan signal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Pada saat informasi diumumkan, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai signal baik (*good news*) atau signal buruk (*bad news*). Jika pengumuman informasi tersebut dianggap sebagai signal baik, maka investor akan tertarik untuk melakukan perdagangan saham, dengan demikian pasar akan bereaksi yang tercermin melalui perubahan dalam volume perdagangan saham (Suwardjono, 2010). Salah satu jenis informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang dapat menjadi signal bagi

pihak di luar perusahaan adalah laporan tahunan. Informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan dapat berupa informasi akuntansi yaitu informasi yang berkaitan dengan laporan keuangan maupun informasi yang tidak berkaitan dengan laporan keuangan.

Teori Signal menjelaskan bahwa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan kepada pihak eksternal perusahaan. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi adalah karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dengan pihak eksternal. Pihak eksternal kemudian menilai perusahaan sebagai fungsi dari mekanisme signalling yang berbeda-beda. Kurangnya informasi pihak luar mengenai perusahaan menyebabkan mereka melindungi diri mereka dengan memberikan harga yang rendah untuk perusahaan, dan kemungkinan lain pihak eksternal yang tidak memiliki informasi akan berpersepsi sama tentang nilai semua perusahaan. Pandangan seperti ini akan merugikan perusahaan yang memiliki kondisi yang lebih baik karena pihak eksternal akan menilai perusahaan lebih rendah dari yang seharusnya dan demikian juga sebaliknya.

Signalling theory melandasi pengungkapan sukarela. Sinyal ini berupa informasi mengenai upaya yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang dapat menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain. Manajemen selalu berusaha untuk mengungkapkan informasi privat yang menurut pertimbangannya sangat diminati investor dan pemegang saham khususnya jika informasi tersebut merupakan berita baik (*good news*).

Manajemen juga berminat menyampaikan informasi yang dapat meningkatkan kredibilitasnya dan kesuksesan perusahaan meskipun informasi tersebut tidak diwajibkan. Pengungkapan yang bersifat sukarela merupakan signal positif bagi perusahaan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu pengungkapan sukarela yang bisa menjadi sinyal positif bagi perusahaan kepada pengguna informasi keuangan.

2. *Corporate Social Responsibility*

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) dalam Gultom (2013) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai berikut:

“*Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.”

Definisi mengenai *Corporate Social Responsibility* di Indonesia disebut juga sebagai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* sudah mulai dijalankan di Indonesia setelah disahkannya Undang-Undang No.40 Tahun 2007 Pasal 74 tentang Perseroan Terbatas bahwa *Corporate Social Responsibility* yang dikenal dalam Undang-Undang ini sebagaimana yang termuat dalam Pasal 1 Ayat (3) yang berbunyi :

“Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas hidup dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun pada masyarakat pada umumnya”.

Definisi lain mengenai *Corporate Social Responsibility* disampaikan oleh Johnson and Johnson dalam buku Nor Hadi (2011:46) yang mengatakan bahwa

“*Corporate Social Responsibility (CSR) is about how companies manage the business processes to produce an overall positive impact on society*”. Definisi tersebut berarti bagaimana cara mengelola perusahaan baik sebagian maupun secara keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungan. Untuk itu, perusahaan harus mampu mengelola bisnis operasinya dengan menghasilkan produk yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan.

Apabila perusahaan telah melakukan bentuk tanggung jawab sosialnya terhadap lingkungan maka perusahaan tersebut telah berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi dan peningkatan kualitas hidup dan lingkungan. Bila perusahaan tidak melakukan tanggung jawab sosialnya terhadap lingkungan maka kemungkinan besar perusahaan tersebut akan menghadapi berbagai tuntutan dari masyarakat luas.

Konsep pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada umumnya menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya terhadap pemiliknya atau pemegang saham saja tetapi juga terhadap para *stakeholder* yang terkait dan atau terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Perusahaan yang menjalankan aktivitas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* akan memperhatikan dampak operasional perusahaan terhadap kondisi sosial dan lingkungan dan berupaya agar dampaknya positif. Sehingga dengan adanya konsep pengungkapan *Corporate Social Responsibility* diharapkan kerusakan lingkungan yang terjadi di dunia, mulai dari penggundulan hutan, polusi udara dan air, hingga perubahan iklim dapat dikurangi (Dewi, 2018).

3. Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak didefinisikan rencana atau pengaturan diberlakukan oleh perusahaan dengan tujuan utama untuk menghindari pajak yang tidak mengikuti hukum yang berlaku (Braithwaite, 2005). Oleh karena itu, perusahaan yang agresif terhadap pajak akan bertindak meminimalkan beban pajak yang harus dibayar. Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan tidak dikenakan pajak dan perusahaan mungkin akan mengalihkan beban pajak untuk kegiatan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. 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). Semakin baik nilai *Effective Tax Rates* ditandai dengan semakin rendahnya nilai *Effective Tax Rates* perusahaan tersebut. Semakin rendah nilai ETR maka perusahaan semakin agresif terhadap pajak.

Di Indonesia Wajib Pajak diberi keleluasaan penuh untuk menghitung, membayar dan melaporkan sendiri kewajiban perpajakannya berdasarkan hukum pajak materiil (Resmi 2017:4). Hal ini disebabkan adanya penerapan sistem *self assessment* dalam undang-undang perpajakan Indonesia. Penerapan sistem *self assessment* seakan memberikan kesempatan bagi Wajib Pajak untuk mengurangi jumlah pajak yang harus dibayar. Perusahaan yang merupakan Wajib Pajak tentu saja ingin menekan biaya-biaya perusahaan termasuk didalamnya beban pajak.

Perusahaan dapat menggunakan dua cara dalam memperkecil jumlah pajak yang harus dibayar. Pertama, memperkecil nilai pajak dengan tetap mengikuti peraturan perpajakan yang berlaku dengan cara penghindaran pajak. Kedua dengan memperkecil nilai pajak dengan melakukan tindakan yang tidak sesuai dengan undang-undang perpajakan dengan cara penggelapan pajak.

4. Kepemilikan Manajerial

Pada dasarnya, tanggung jawab sosial perusahaan mengindikasikan pengendalian perilaku para eksekutif puncak perusahaan untuk melindungi kepentingan pemilik perusahaan (pemegang saham). Pemilik sebagai pemilik modal mendelegasikan kewenangan atas pengelolaan perusahaan kepada manajer. Pemegang saham mengharapkan manajemen bertindak secara profesional dalam mengelola perusahaan. Setiap keputusan yang diambil seharusnya didasarkan pada kepentingan pemegang saham dan resources yang ada digunakan semata-mata untuk kepentingan pertumbuhan (nilai) perusahaan (Jensen dan Meckling, 1976).

Kepemilikan Manajerial adalah kepemilikan saham perusahaan oleh manajer. Menurut Wahidahwati (2002), pihak manajerial dalam suatu perusahaan adalah pihak yang aktif berperan dalam mengambil keputusan untuk menjalankan perusahaan. Pihak-pihak tersebut adalah mereka yang duduk di dewan komisaris dan dewan direksi perusahaan. Berdasarkan teori sinyal, hubungan antar manajemen dengan pemegang saham awam untuk terjadi masalah. Untuk mengurangi masalah tersebut salah satu cara adalah dengan adanya bentuk kepemilikan manajerial dan kebijakan utang. Dengan kepemilikan tersebut, manajemen akan merasakan langsung dampak dari setiap keputusannya termasuk

dalam menentukan kebijakan utang perusahaan. Semakin tinggi kepemilikan manajerial maka semakin tinggi utang yang digunakan. Hal ini terjadi karena kontrol yang besar dari pihak manajerial sehingga menyebabkan mereka mampu melakukan investasi dengan lebih baik dan hal tersebut memerlukan tambahan dana investasi dengan lebih baik sehingga memerlukan dana tambahan melalui utang. Kepemilikan manajerial itu sendiri dapat dilihat dari konsentrasi kepemilikan atau persentase saham yang dimiliki oleh dewan direksi dan manajemen. Persentase tersebut diperoleh dari banyaknya jumlah modal saham yang dimiliki oleh manajerial.

B. Telaah Penelitian Sebelumnya

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Peneliti	Variabel Penelitian	Hasil penelitian
1	Wardhani dan Muid (2017)	Variabel Dependensi : <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Independen: Karakteristik perusahaan, Agresivitas Pajak, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas	Hasil penelitian ini menunjukkan agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> . Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi agresivitas pajak maka perusahaan akan mengungkapkan informasi pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> lebih banyak. ukuran perusahaan juga berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR sedangkan hipotesis profitabilitas tidak didukung.
2	Sagala Dan Ratmono (2015)	Variabel Dependensi: <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Independen:	Hasil pengujian analisis menunjukkan bahwa secara statistik terbukti terdapat pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap agresivitas pajak selama tiga tahun pengamatan.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Peneliti	Variabel Penelitian	Hasil penelitian
		Agresivitas Pajak	
3	Wijaya, Paulus Th. Dan Hadiprajitno (2017)	Variabel Dependen: <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Independen: Agresivitas Pajak	Agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> ., <i>leverage</i> (LEV) dan <i>environmentally sensitive</i> (ENVR) terbukti berpengaruh positif terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> , ukuran perusahaan (SIZE), <i>capital intensity</i> (CAPINT), dan <i>return on asset</i> (ROA) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
4	Arfiyanto dan Ardiyanto(2017)	Variabel Dependen: <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Independen: Agresivitas Pajak	Agresivitas pajak berhubungan positif terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> . Pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2013-2016
5	Indraswari Dan Astika (2015)	Variabel Dependen: CSR Variabel Independen: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Kepemilikan Saham Publik	Profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif pada pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2012, kepemilikan saham publik berpengaruh negatif pada pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2012.
6	Hamzah(2017)	Variabel Dependen: Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Variabel Independen: Kepemilikan Manajemen Dan	Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa kepemilikan manajemen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial,

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Peneliti	Variabel Penelitian	Hasil penelitian
		Ukuran Dewan Komisaris Perusahaan	
7	Suryaningsih et. al. (2018)	Variabel Dependen: Kepemilikan Manajemen, Ukuran Dewan Komisaris & Kebijakan Dividen	Kepemilikan manajemen berpengaruh negatif signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR memperlemah pengaruh Kepemilikan Manajemen terhadap Nilai Perusahaan.
		Variabel Independen: Nilai perusahaan	
		Variabel moderating: CSR	
8	Robiah dan Erawati (2017)	Variabel Dependen: <i>Leverage, size, kepemilikan manajerial</i>	Kepemilikan manajemen berpengaruh positif terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> tidak terbukti. perusahaan besar yang melakukan lebih banyak aktivitas yang memberikan dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, kemungkinan mempunyai lebih banyak pemegang saham yang terkait dengan program sosial perusahaan.
		Variabel Independen: <i>CSR disclosure</i>	
9	Purwanty et.al. (2017)	Variabel Dependen: Struktur kepemilikan dan ukuran perusahaan	Struktur kepemilikan institusional, struktur kepemilikan manajerial dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> . yang menunjukkan bahwa adanya kepemilikan manajerial yang menunjukkan adanya pengaruh terhadap kebijakan-kebijakan yang diambil oleh manajemen karena ingin meningkatkan kepentingan pemegang saham yang merupakan dirinya sendiri.
		Variabel Independen: Pengungkapan CSR	

C. Perumusan Hipotesis

- a. Pengaruh Agresivitas Pajak Mempunyai Pengaruh Positif Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Pajak adalah sumber penerimaan negara yang paling besar. Menurut UU No. 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat (Resmi, 2017:2). Oleh karena itu, pemerintah menggiatkan perusahaan dan orang pribadi untuk membayar pajak dengan berbagai sosialisasi. Dalam prakteknya masih banyak perusahaan dan orang pribadi yang belum melaksanakan kewajiban mereka membayar pajak. Banyak juga perusahaan dan orang pribadi yang berusaha meminimalisasikan pembayaran pajak mereka melalui kegiatan agresivitas pajak. Apabila dilakukan dengan tepat maka agresivitas pajak dapat memberikan manfaat yang signifikan terutama bagi wajib pajak perusahaan (Susanto et. al., 2018). Menurut Frank et.al. (2009) tindakan pajak agresif adalah suatu tindakan yang bertujuan untuk merekayasa laba kena pajak perusahaan melalui perencanaan pajak, baik menggunakan cara yang legal (*tax avoidance*) atau ilegal (*tax evasion*).

Berkaitan dengan teori sinyal (Ross, 1977) agresivitas pajak yang merupakan rencana atau pengaturan yang diberlakukan dengan tujuan utama menghindari pajak dimana tidak mengikuti hukum yang berlaku akan

membuat pendapatan yang diperoleh perusahaan dapat bertambah, akan tetapi tindakan agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan dapat menurunkan pendapatan pajak yang diterima pemerintah. Pembayaran pajak memiliki peranan yang penting karena menyediakan barang publik seperti pendidikan, pertahanan nasional, perawatan kesehatan masyarakat dan penegakan hukum (Sikka, 2010). Sehingga, kekurangan pendapatan pajak yang diterima pemerintah dapat menimbulkan permusuhan, memperburuk reputasi perusahaan di pandangan para *stakeholders* dan paling buruk terdapat kemungkinan pemberhentian operasi bisnis.

Hal ini telah dibuktikan oleh beberapa peneliti yang meneliti mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wardhani dan Muid (2017), Sagala dan Ratmono (2015), Wijaya, Paulus Th. dan Hadiprajitno (2017) serta Arfiyanto dan Ardiyanto (2017) menunjukkan bahwa agresivitas pajak berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dari uraian diatas, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H1. Agresivitas pajak mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility.

- b. Pengaruh kepemilikan manajerial mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Kepemilikan manajerial adalah kepemilikan saham perusahaan oleh manajer. Menurut Wahidahwati (2002), pihak manajerial dalam suatu perusahaan adalah pihak yang aktif berperan dalam mengambil keputusan untuk menjalankan perusahaan. Pihak-pihak tersebut adalah mereka yang

duduk di dewan komisaris dan dewan direksi perusahaan. Dengan kepemilikan tersebut, manajemen akan merasakan langsung dampak dari setiap keputusannya termasuk dalam menentukan kebijakan utang perusahaan. Semakin tinggi Kepemilikan manajerial maka semakin tinggi utang yang digunakan (Thesarani, 2016). Hal ini terjadi karena kontrol yang besar dari pihak manajerial sehingga menyebabkan mereka mampu melakukan investasi dengan lebih baik dan hal tersebut memerlukan tambahan dana investasi dengan lebih baik sehingga memerlukan dana tambahan melalui utang. Kepemilikan Manajerial itu sendiri dapat dilihat dari konsentrasi kepemilikan atau persentase saham yang dimiliki oleh dewan direksi dan manajemen. Persentase tersebut diperoleh dari banyaknya jumlah modal saham yang dimiliki oleh manajerial.

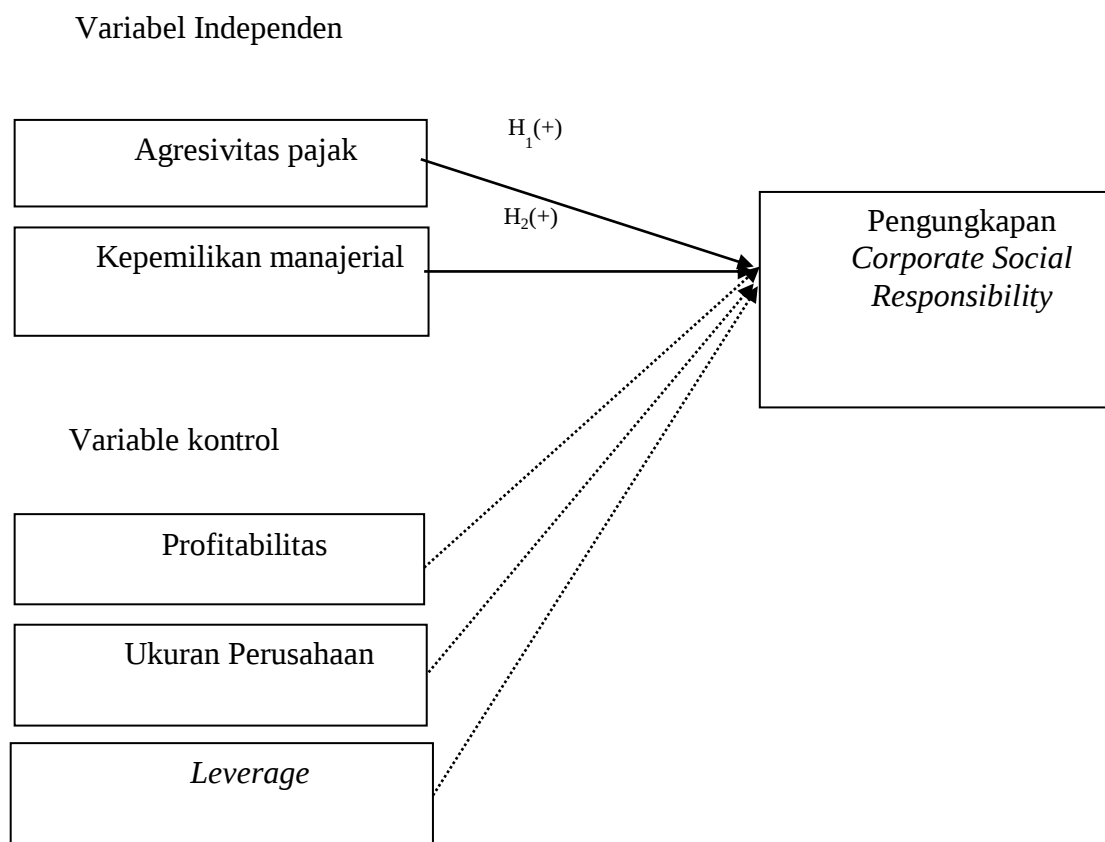
Berkaitan dengan teori sinyal (Ross, 1977) bahwa semakin besar kepemilikan manajemen, maka manajemen akan cenderung meningkatkan kinerjanya untuk kepentingan pemegang saham dan untuk kepentingan sendiri. Shleifer dan Vishny (1986) menyatakan bahwa pemegang saham terbesar mempunyai arti penting dalam pengawasan terhadap perilaku manajer dalam perusahaan, sehingga dengan adanya kepemilikan manajemen akan selalu ada pengawasan terhadap kebijakan-kebijakan manajer dalam pengambilan keputusan.

Penelitian Anggraini (2006) menunjukkan prosentase kepemilikan manajemen berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial. Semakin besar kepemilikan manajemen di dalam perusahaan, sejalan

juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Robiah dan Erawati (2017) dan Purwanty et.al. (2017) bahwa manajemen perusahaan akan semakin banyak mengungkapkan informasi sosial. Hal ini mendukung teori sinyal yang menyatakan bahwa sinyal positif akan mampu memberikan efek positif dari stakeholder, shareholder dan lingkungan terhadap perusahaan.

H2. Kepemilikan manajerial mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility

D. Model Penelitian



Gambar 2.1
Model Penelitian

BAB III

METODA PENELITIAN

A. Populasi Dan Sampel

Populasi penelitian merupakan keseluruhan dari objek atau subyek penelitian yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Populasi yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah seluruh laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode Januari 2015-Desember 2018.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016: 85). Kriteria perusahaan manufaktur yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2015-2018
2. Perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan tahunan di BEI secara berturut-turut pada periode 2015-2018 .
3. Perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan keuangan yang lengkap dan telah diaudit untuk periode tahun 2015-2018
4. Terdapat pengungkapan laporan pertanggungjawaban perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) dan laporan saham manajerial yang lengkap
5. Perusahaan manufaktur yang memperoleh laba selama periode tahun 2015-2018

B. Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dari perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) diperoleh dari situs www.idx.co.id. Data yang digunakan adalah data laporan keuangan tahunan untuk periode 2015 sampai dengan 2018, dimana periode tersebut dianggap cukup mewakili kondisi Bursa Efek Indonesia (BEI) yang relatif normal.

C. Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel

Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel yaitu berupa variabel dependen dan variabel independen.

1. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi fokus utama dalam sebuah penelitian (Kuncoro, 2003: 42). Variabel dependen penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Variabel dependen diukur diukur dengan instrumen pengukuran CSRI. Untuk mengukur seberapa luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dipublikasikan kepada publik dapat dilihat melalui perbandingan antara jumlah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dikeluarkan oleh perusahaan dengan jumlah indikator sebanyak 91 indikator yang ada di dalam *Global Reporting Initiative* (GRI)-G4. *Global Reporting Initiative* (GRI) menjadi pihak yang memfokuskan pada pelaporan keberlanjutan agar menjadi praktik standar bagi entitas dalam mempertanggungjawabkan kinerja dan dampak ekonomi, lingkungan, sosial. Dalam penelitian ini, peneliti memiliki acuan yang digunakan dalam analisis pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan yaitu dengan meninjau

indikator-indikator yang ada dalam pedoman pelaporan keberlanjutan *Global Reporting Initiative (GRI-G4)*. *Global Reporting Initiative (GRI)* merupakan suatu badan yang bertujuan agar *sustainability reporting* menjadi dasar untuk semua perusahaan dan organisasi dalam melaporkan kinerja dan dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial (Pedoman Pelaporan Keberlanjutan:7).

Pengukuran pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan kriteria yang terdapat pada panduan GRI-G4 dengan memberi nilai 1 pada kriteria/item yang terdaftar yang dijalankan perusahaan dan nilai 0 terhadap kriteria/item yang belum dilaksanakan perusahaan (Haniffa et al, 2005; Sayekti dan Wondabio, 2007). Jumlah nilai tersebut dibagi 91 yaitu jumlah indikator GRI-G4. Untuk mendapatkan hasil pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yaitu dengan cara membandingkan total item pengungkapan yang sesuai dengan indikator GRI-G4 yang diungkapkan dalam perusahaan melalui laporan tahunan perusahaan tersebut (Hartono, 2018).

GRI 4 terdiri atas 91 item pengungkapan yang meliputi 9 item berkategori Economic (EC), 34 item berkategori Environment (EN), 16 item berkategori Labor (LA), 12 item berkategori Human Right (HR), 11 item berkategori Society (SO), serta 9 item berkategori Product Responsibility (PR). Pedoman GRI 4 tersebut dijadikan check list untuk mengukur pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel dependen dan mempunyai hubungan positif atau negatif bagi variabel dependen (Kuncoro, 2003:42). Variabel independen penelitian ini adalah:

a. Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak yang diukur menggunakan ETR (*Effective Tax Rates*). ETR merupakan proksi yang sering digunakan dalam mengukur agresivitas pajak perusahaan, dimana dalam penelitian sebelumnya yang sama juga menggunakan proksi ETR sebagai alat untuk mengukur iya atau tidaknya perusahaan melakukan tindakan agresivitas pajak (Afriyanto dan Ardiyanto, 2017). Hal tersebut dijelaskan bahwa ETR dapat dijadikan alat ukur agresivitas pajak karena banyak perusahaan yang menghindari pajak dengan mengurangi penghasilan kena pajak mereka dengan tetap menjaga laba akuntansi keuangan yang memiliki ETR rendah, oleh sebab itu semakin rendah nilai ETR maka semakin besar kemungkinan perusahaan tersebut agresif (Lanis dan Richardson, 2013).

b. Kepemilikan Manajerial

Pemegang saham pengendali dapat mempengaruhi kebijakan manajemen perusahaan diantaranya dapat memaksa pihak manajer untuk mengurangi biaya pajak perusahaan. Beberapa penelitian terdahulu mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak telah dilakukan oleh Midiastuty *et. al.* (2016). Kepemilikan manajerial adalah sebagai persentase saham yang dimiliki oleh manajer dan direktur perusahaan pada akhir tahun untuk masing-masing periode pengamatan. Dalam penelitian ini diukur dengan

prosentase saham yang dimiliki manajemen. Semakin besar saham yang dimiliki oleh manajemen/ institusi, maka semakin besar informasi yang akan diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunannya. Hal ini dikarenakan semakin besar jumlah kepemilikan saham, maka semakin banyak pula pihak yang membutuhkan informasi tentang perusahaan (Robiah dan Erawati, 2017). Total saham manajerial yang dimaksud adalah jumlah persentase saham yang dimiliki oleh manajemen pada akhir tahun. Sedangkan total saham yang beredar, dihitung dengan menjumlahkan seluruh saham yang diterbitkan oleh perusahaan tersebut pada akhir tahun (Gabriela, 2011).

3. Variabel Kontrol

Variabel kontrol merupakan variabel yang pengaruhnya ingin dikendalikan atau dihilangkan karena diduga variabel ini dapat mengacaukan penelitian (Kuncoro, 2003:43). Variabel Kontrol dalam penelitian ini adalah :

a. Profitabilitas

Rasio profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan suatu perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga dapat memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen perusahaan (Kasmir, 2012:196). Dari definisi ini terlihat jelas bahwa sasaran yang akan dicari adalah laba perusahaan. Dalam penelitian ini, profitabilitas diproksikan dengan *Return On Assets (ROA)*. *ROA* adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari aset yang dipergunakan. Semakin besar rasio ini berarti bahwa aktiva dapat lebih cepat berputar dan menghasilkan laba (Wardhani dan Muid, 2017).

b. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat mengklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara (total aktiva, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain) (Hartono, 2013:282). Ukuran perusahaan dapat dinilai dari beberapa segi. Besar kecilnya ukuran perusahaan dapat didasarkan pada total nilai aset, total penjualan, kapitalisasi pasar, jumlah tenaga kerja dan sebagainya (Jogiyanto, 2015:280). Semakin besar nilai item-item tersebut maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu. Pada penelitian ini, ukuran perusahaan diproksikan dengan menggunakan *Ln total asset* (Wardhani dan Muid, 2017). Penggunaan *natural log* (*Ln*) dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengurangi fluktuasi data yang berlebih. Jika nilai *total asset* langsung dipakai begitu saja maka nilai variabel akan sangat besar, miliar bahkan triliun.

c. Leverage

Leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai dengan utang, dengan kata lain sejauhmana kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (dilikuidasi). Variabel ini diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER). *Debt to Equity Ratio* (DER) merupakan rasio yang digunakan untuk menilai hutang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh hutang, termasuk hutang lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio ini digunakan untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan (Kasmir, 2012:151).

Untuk lebih jelasnya, definisi operasionalisasi variabel penelitian tersebut dapat dilihat dalam Tabel 3.

Tabel 3.1
Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Instrumen Penelitian	Skala
Variabel Dependen			
Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>)	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> merupakan bentuk tanggungjawab perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan. Sari (2016)	Variabel dependen dalam penelitian ini adalah tingkat pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan yang diukur dengan instrumen pengukuran CSRI. Apabila item informasi diungkapkan dalam laporan tahunan maka diberi skor 1, jika tidak diberi skor 0 (Haniffa et al, 2005; Sayekti dan Wondabio, 2007). Jumlah nilai tersebut dibagi 91 yaitu jumlah indikator GRI-G4. Untuk mendapatkan hasil pengungkapan CSR yaitu dengan cara membandingkan total item pengungkapan yang sesuai dengan indikator GRI-G4 yang diungkapkan dalam perusahaan melalui laporan tahunan perusahaan tersebut (Hartono, 2018). CSR dapat dihitung dengan:	Rasio
$TCSR_{it} = \frac{X_{yi}}{ni}$			
Variabel Independen			
Agresivitas Pajak	Rencana atau pengaturan diberlakukan oleh perusahaan dengan tujuan utama untuk menghindari pajak yang tidak mengikuti hukum yang berlaku (Braithwaite, 2005).	Adapun yang menjadi proksi utama dalam penelitian ini adalah <i>Effective Tax Rates</i> (ETR). ETR merupakan proksi yang sering digunakan dalam mengukur agresivitas pajak perusahaan, dimana dalam penelitian sebelumnya	Rasio

Tabel 3.1
Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Instrumen Penelitian	Skala
		yang sama juga menggunakan proksi ETR sebagai alat untuk mengukur iya atau tidaknya perusahaan melakukan tindakan agresivitas pajak (Afriyanto dan Ardiyanto, 2017). ETR dapat dihitung dari : ETR= $\frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Laba Sebelum Bunga Dan Pajak}}$	
Kepemilikan Manajerial	Kepemilikan manajemen didefinisikan sebagai persentase saham yang dimiliki oleh manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan yang meliputi komisaris dan direksi. (Bernandhi, 2013)	Kepemilikan manajemen dalam penelitian ini diukur dengan prosentase saham yang dimiliki pengelola perusahaan atau manajemen yang dilihat dari laporan keuangan tahunan (<i>annual report</i>). (Sheikh dan Wang: 2012). Kepemilikan Manajerial : $\frac{\text{Jumlah saham yang dimiliki direksi, manajer, komisaris}}{\text{Jumlah Saham Yang Beredar Akhir Tahun}}$	Rasio
Variabel Kontrol			
Profitabilitas	Rasio profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan suatu perusahaan dalam mencari keuntungan (Kasmir, 2014:115).	Profitabilitas diproksikan dengan <i>Return On Assets</i> (ROA). <i>Return On Assets</i> (ROA) merupakan rasio yang menunjukkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan (Kasmir, 2014:201). ROA dapat dihitung dengan : $ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100$	Rasio
Ukuran	Ukuran perusahaan	Penggunaan Logaritma	

Tabel 3.1
Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Instrumen Penelitian	Skala
Perusahaan	adalah suatu skala dimana dapat mengklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara (total aktiva, <i>log size</i> , nilai pasar saham, dan lain-lain) (Jogiyanto, 2013:282).	natural(Ln) dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengurangi fluktuasi data yang berlebih. Jika nilai total <i>asset</i> langsung dipakai begitu saja maka nilai variabel akan sangat besar, miliar bahkan triliun. Ukuran perusahaan diproksikan dengan menggunakan $Ln \text{ total asset}$ (Wardhani dan Muid, 2017). Ukuran Perusahaan = Ln (Total Aset)	
<i>Leverage</i>	<i>Leverage</i> merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai dengan utang, dengan kata lain sejauh mana kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan atau dilikuidasi (Kasmir, 2012:151)..	Variabel ini diproksikan dengan <i>Debt to Equity Ratio</i> (DER). <i>Debt to Equity Ratio</i> (DER) merupakan rasio yang digunakan untuk menilai hutang dengan ekuitas (Kasmir, 2014:158). Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh hutang, termasuk hutang lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio ini digunakan untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan. $DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100$	Rasio

D. Metoda Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2016).

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standard deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, *kurtosis* dan *skewness* (kemencengan distribusi) (Ghozali, 2018:19). Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Analisis deskriptif dilakukan dengan menggunakan statistik deskriptif yang menghasilkan nilai rata-rata, maksimum, minimum, dan standar deviasi untuk mendeskripsikan variabel penelitian sehingga secara kontekstual mudah dimengerti. Data yang diteliti akan dikelompokkan kedalam dua kategori, yaitu perusahaan yang mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* dan yang tidak mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*.

2. Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik terhadap model regresi digunakan agar dapat mengetahui apakah model regresi tersebut merupakan model regresi yang baik atau tidak (Ghozali, 2018:130). Analisis regresi yang dilakukan dengan metode *Ordinary Least Square* (OLS) harus memenuhi syarat uji

asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolonieritas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji normalitas data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali,2018:161). Uji-t dan uji-F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Apabila nilai residual yang dihasilkan tidak terdistribusi secara normal, maka uji statistik menjadi tidak valid. Cara untuk mendeteksi apakah variabel terdistribusi secara normalitas, yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar dalam pengujian normalitas ini adalah :

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Apabila pendeteksian normalitas hanya dengan cara melihat grafik, maka hasil yang didapat akan menyesatkan karena kemungkinan ketidak hati-hatian secara visual kelihatan normal,

padahal secara statistik menunjukkan ketidak normalan dalam pendistribusian. Oleh sebab itu, dalam pengujian normalitas selain uji grafik harus dilengkapi dengan uji statistik. Uji statistik yang digunakan adalah uji statistik non-parametrik kolmogorov-smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis :

H_0 : Data residual berdistribusi normal

H_a : Data residual tidak berdistribusi normal

b. Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Multikolinieritas adalah situasi adanya variabel-variabel bebas diantara satu sama lain. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut :

1. Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris yang sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
2. Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen terdapat korelasi yang cukup tinggi (di atas 0,95), maka merupakan indikasi adanya multikolinieritas.
3. Melihat nilai Tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas

adalah nilai $Tolerance \leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$ (Ghozali, 2018).

c. Uji autokorelasi

Tujuan dari uji autokorelasi adalah untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi autoorelasi maka dinamakan problem autokorelasi dan model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi (Ghozali, 2018:111).

Uji *Durbin-Waston Test (DW test)* digunakan untuk autokorelasi tingkat satu dan mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lag diantara variabel independen. (Ghozali 2018: 112). Dasar pengambilan keputusan ada dan tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:

1. Apabila nilai DW terletak diantara batas bawah atau *lower bond* (dl) maka hasilnya terdapat autokorelasi positif
2. Apabila nilai DW terletak diantara batas bawah (dl) dan dibatas atas (du) maka hasilnya adalah tidak ada autokorelasi positif
3. Apabila nilai DW lebih besar dari 4-dl dan <4 , maka hasilnya ada autokorelasi negatif
4. Apabila dilai DW terletak diantara batas atas 4-du dan batas bawah 4-dl maka hasilnya tidak ada korelasi negatif
5. Apabila diai DW terletak diantara batas atas atau *upper bound* (du) dan 4-du, maka hasilnya tidak ada autokorelasi positif atau negatif.

d. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda maka disebut dengan heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018:137).

Uji heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji *glejser*. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada model regresi yang akan diuji, yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen). Dasar pengambilan keputusan dalam uji *glejser* adalah:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
 2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
3. Analisis regresi linear berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui hubungan linear antara beberapa variabel independen dan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen, apabila variabel dependen mengalami kenaikan atau penurunan. Variabel

independen dalam penelitian ini adalah agresifitas pajak perusahaan dan kepemilikan manajerial. Sedangkan variabel dependen adalah *corporate social responsibility* dan terdapat variabel kontrol yang merupakan profitabilitas, ukuran perusahaan dan leverage perusahaan. Persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$TCSR = \alpha + \beta_1 ETR + \beta_2 MANJ + \beta_3 ROA + \beta_4 SIZE + \beta_5 DER + e$$

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
- MANJ : Kepemilikan manajerial
- ROA : Profitabilitas (*Return on Assets*)
- SIZE : Ukuran perusahaan (*Total Asset*)
- DER : *Leverage (Debt to Equity Ratio)*
- e : *Standard error*

E. Pengujian hipotesis

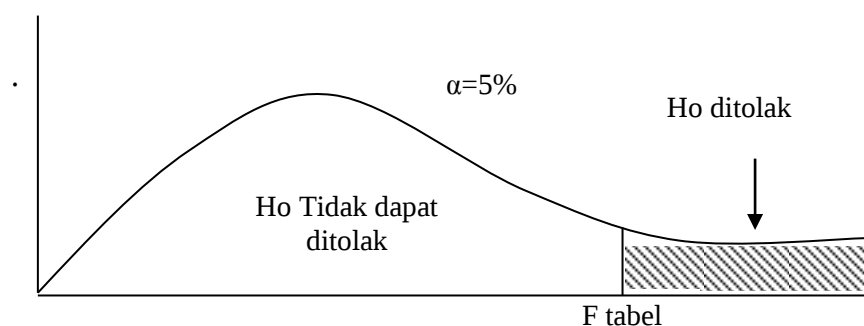
a. Uji R^2

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dengan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018:97).

b. Uji F (*Goodness of Fit*)

Uji F pada dasarnya digunakan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual (*goodness of fit*) (Ghozali, 2018). Uji F menguji apakah variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen secara baik atau untuk menguji apakah model yang digunakan telah *fit* atau tidak *fit*. Nilai F hitung digunakan untuk menguji ketepatan model (*goodness of fit*). Menentukan nilai F tabel dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% dengan derajat kebebasan pembilang (df)= k dan derajat kebebasan penyebut (df)= n-k-1, dimana k adalah jumlah variabel bebas. Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $p\ value < \alpha=0,05$, maka H_0 tidak diterima dan H_a tidak ditolak. Artinya model penelitian dapat dikatakan baik (*fit*)
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $p\ value > \alpha=0,05$, maka H_0 tidak ditolak dan H_a tidak diterima. Artinya model penelitian dikatakan tidak baik atau tidak *fit*.



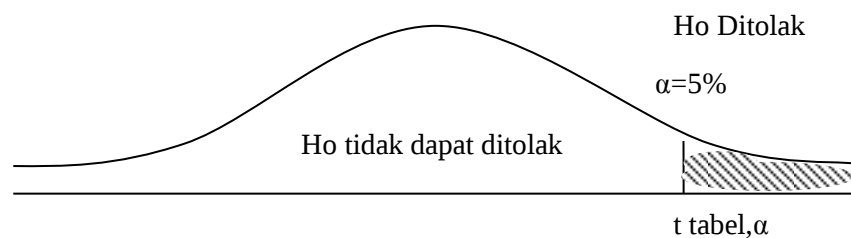
Gambar 3.1
Daerah Penerimaan Uji f

c. Uji t

Menurut (Ghozali, 2018:98), uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen. *Level of significant* pada taraf $\alpha=5\%$ dengan derajat kebebasan dinyatakan dalam $df=n-1$ yang merupakan uji satu sisi (*one tailed test*).

1. Hipotesis positif

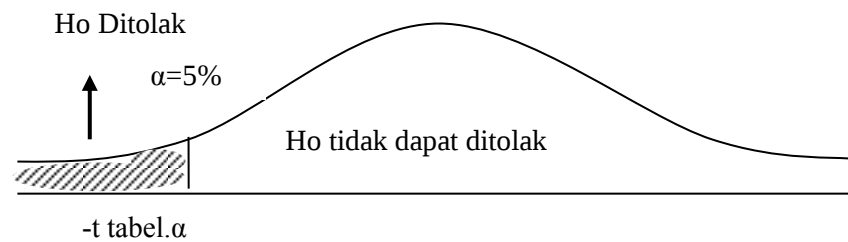
- a. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $p\ value < \alpha = 0,05$ maka H_0 tidak diterima, dan menerima H_a . Artinya variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen.
- b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $p\ value > \alpha = 0,05\%$, maka H_0 tidak ditolak dan H_a ditolak. Artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.



Gambar 3.2
Penerimaan Uji t (Hipotesis Positif)

2. Hipotesis Negatif

- a. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $p\ value > \alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak atau menerima H_a . Artinya variabel independen berpengaruh negatif terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau $p\ value > \alpha = 0,05$, maka H_0 tidak ditolak dan H_a tidak diterima, artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.



Gambar 3.3
Penerimaan Uji t (Hipotesis Negatif)

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Tujuan utama penelitian ini adalah menganalisis dan menguji secara empiris pengaruh Agresivitas Pajak dan Kepemilikan Manajerial terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dalam penelitian ini, agresivitas pajak diproxikan dengan menggunakan *effective tax rate* (ETR), kepemilikan manajerial dihitung dengan menggunakan informasi yang tersapat di modal saham yaitu besarnya saham yang dimiliki oleh manajemen baik direksi maupun komisaris yang dibandingkan dengan jumlah saham yang beredar di akhir tahun pelaporan keuangan. Sementara itu, untuk mengukur pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan digunakan standar GRI-G4. Dalam penelitian ini juga digunakan profitabilitas yang diukur dengan menggunakan *Return On Asset* (ROA), Ukuran Perusahaan yang diukur menggunakan Total Aset, dan *Leverage* yang diukur menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) sebagai variabel kontrol.

Hasil uji F menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan telah baik (*fit*). Hasil uji t menunjukkan bahwa hipotesis agresivitas pajak berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hasil ini diperkuat juga dengan adanya variabel kontrol profitabilitas dan ukuran perusahaan yang mendukung hipotesis pertama, sedangkan variabel kontrol *leverage* tidak mendukung hipotesis pertama.

Kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang didukung oleh variable kontrol profitabilitas dan ukuran perusahaan, dan variable kontrol *leverage* tidak memperkuat hipotesis kedua yaitu antara kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

B. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini adalah:

1. Sampel pada penelitian ini belum mengungkapkan kepada perusahaan-perusahaan yang melakukan agresivitas pajak, tetapi masih sampel secara menyeluruh.
2. Penelitian ini mendasarkan pada perusahaan manufaktur saja, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasi ke semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Pengukuran adanya agresivitas pajak pada penelitian ini berdasarkan pada satu proksi saja, yaitu ETR (*Effective Tax Rates*).

C. Saran

Saran dari penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya menambahkan kriteria sampel perusahaan yang terindikasi melakukan agresivitas pajak agar hasil penelitian selanjutnya lebih representatif.
2. Untuk peneliti selanjutnya disarankan agar mengembangkan pengujian sampel pada perusahaan sektor lain seperti energi dan pertambangan agar terdapat perbedaan dengan penelitian terdahulu.

3. Untuk peneliti selanjutnya disarankan agar mencari alat ukur tambahan lain dalam mengukur agresivitas perusahaan yang mungkin akan lebih mengakuratkan penelitian-penelitian sebelumnya dalam mengukur agresivitas pajak seperti *Cash Effective Tax Rate* (CETR), *Current Effective Tax Rate* (CUETR), *Book Tax Difference* dan sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Fr.R.R. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan. *Simposium Nasional Akuntansi IX*.
- Arfiyanto, Rizky., Moh Didik Ardiyanto. 2017. *Corporate Social Responsibility*. Volume 6. 2337-3806
- Arifin, Anwar. 2003. Komunikasi Politik : Paradigma-Teori-Aplikasi-Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia. Jakarta. PT. Balai Pustaka
- Braithwaite, J. (2005). "*Markets in Vice, Markets in Virtue*".
- Chen, S, X. Chen, Q. Cheng, and T. Shevlin. 2010. *Are Family Firms More Tax Aggressive Than Non-Family Firms?*, *Journal of Financial Economics*. 95, 41-61.
- Darmawati, Deni., Moh. Bahrin Naser. 2018. Analisis Asosiasi Corporate Social Responsibility Dan Kepatuhan Perusahaan Dalam Aspek Perpajakan. *Seminar Nasional Cendekiawan*, 2460 – 8696.
- Dewi, Ni Putu Marni Sepian., I G. N. Agung Suaryana. 2015. Pengaruh Profitabilitas Dan Kepemilikan Asing Pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. 84-98 84.
- Dwiyanti, Rini. 2010. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.
- Erle, B. 2008. *Tax risk management and board responsibility*. Disajikan dalam Scho'n, W. (Ed.), *Tax and Corporate Governance*, Springer-Verlag, Berlin and Heidelberg.
- Frank, M., Lynch, L., dan Rego, S. 2009. *Tax Reporting Aggressiveness and its Relations to Aggressive Financial Reporting*. *The Accounting Review*. 82 (2), 467- 496.
- Gabriela. 2011. Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Gantino, Rilla. 2016. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa

- Efek Indonesia Periode 2008-2014. *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis*.
- Ghozali, Imam dan Chariri, Anis. 2018. *Teori Akuntansi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gujarati, N. Damodar. 2003. *Ekonomi Dasar*. Terjemahan: Sumarno Zain. Jakarta: Erlangga.
- Hamzah, Hajrah. 2017. Pengaruh Kepemilikan Manajemen Dan Ukuran Dewan Komisaris Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial. *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi dan Bisnis* Vol. 1. 2550-0783.
- Handayani, C.H, Aris, A.M, dan Mujiyati. 2017. Pengaruh Return On Assets, Karakter Eksekutif, dan Dimensi Tata Kelola Perusahaan yang Baik terhadap Tax Avoidance. Menakar Masa Depan Profesi Memasuki MEA 2015 Menuju Era Crypto Economic. ISSN 2460-0784
- Haniffa, R.M. dan T.E. Cooke. 2005. *The Impact of Culture and Governance on Corporate Social Reporting*. *Journal of Accounting and Public Policy* 24, pp. 391-430.
- Hardiningsih, Pancawati., Winda Plorensia A.P. 2015. Pengaruh Agresivitas Pajak Dan Media Eksplosure Terhadap *Corporate Social Responsibility*. *Dinamika Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*. Vol. 4. 136-151.
- Hartono, Edi. 2018. Implementasi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia. *Jurnal Kajian Akuntansi*, Vol 2, (1), 108-122
- Hartono, J. 2013. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi* (Edisi 8). Yogyakarta: BPFE.
- Indraswari, Gusti Ayu Dyah., Ida Bagus Putra Astika. 2015. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan CSR. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. 289-302.
- Janra, Diyong Murdi. 2015. Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Leverage, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan. *Skripsi*. Universitas Negeri Padang.

- Jayanti, Karina Ries., Achmad Husaini. 2018. Pengaruh *Good Corporate Governance* Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 59 .
- Jensen, M., C., dan W. Meckling, 1976. *Theory of the firm: Managerial behavior, agency cost and ownership structure*. *Journal of Finance Economic* 3:305- 360
- Jogiyanto, 2000. Teori Portofolio dan Analisis Investasi. Edisi Kedua. BPFE. Yogyakarta.
- Kuncoro, M.. 2003. Metodologi riset untuk bisnis & ekonomi, Bagaimana meneliti dan menulis tesis?. Jakarta :Erlangga.
- Lanis, R., & Richardson, G. (2013). *Corporate social responsibility and tax aggressiveness: a test of legitimacy theory*. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. 26(1). 75–100.
- Machmud, Novita dan Chaerul D. Djakman. 2008. Pengaruh StrukturKepemilikan Terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (*CSR Disclosure*) Pada Laporan Tahunan Perusahaan. *Symposium Nasional Akuntansi 11*. Pontianak.
- Midiastuty, Pratama Puspa dan Eddy Suranta. 2016. Pengaruh Kepemilikan Pengendali dan *Corporate Governance* Terhadap Tindakan Pajak Agresif. *Symposium Nasional Akuntansi XIX*. Lampung.
- Pradnyani, I Gusti Agung Arista., Eka Ardhani Sisdyani. 2015. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Dewan Komisaris Pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Akuntansi Universitas Udayana*. 384-397 384.
- Purwanty, Novie 1, Willy Sri Yuliandari, S.E., Ak., M.M.2, Dedik Nur Triyanto, S.E., M.Acc. 2017. Pengaruh Struktur Kepemilikan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *E Proceeding Of Management*. Vol.4. 2619.
- Putri, Rafika Anggraini., Yulius Jogi Christiawan. 2014. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Business Accounting Review*, Vol. 2, No. 1.
- Putri, Indriyana Putri. Barbara Gunawan. 2017. Analisis Karakteristik Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, dan Struktur Kepemilikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Perusahaan Properti dan *Real Estate*. *Seminar Nasional*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

- Resmi, Siti. 2017. *Perpajakan Teori dan Kasus Edisi 8*. Jakarta: Salemba Empat.
- Robiah, Almira Ma'rifati.Teguh Erawati. 2017. Pengaruh *Leverage, Size, Dan Kepemilikan Manajemen Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure* . 2549-9637.
- Ross, S.A., 1977. "The Determination of Financial Structure:The Incentive Signalling Approach", *Journal of Economics*, Spring, 8, pp 23-40.
- Sagala, Winarti Monika., Dwi Ratmono. 2015. Analisis Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak. *Volume 4*, 1-9.
- Sari, Adelia Pramita. 2016. Pengaruh Kepemilikan Keluarga dan Kepemilikan Asing terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal E-KOMBIS*. olume II, No.1.
- Sayekti, Y. dan L.S. Wondabio. 2007. Pengaruh *CSR Disclosure* Terhadap *Earning Response Coefficient*. Prosiding Simposium Nasional Akuntansi X. Universitas Hasanuddin, Makassar: 1-35.
- Sheikh, Nadeem Ahmed dan Zongjun Wang. 201). *Determinants of Struktur modal An Empirical Study of Firms in Manufacturing Industry of Pakistan. Journal Managerial Finance*. 37. 117-133.
- Shleifer, A. dan Vishny, R.W. 1986. Large Shareholders and Coporate Control. *Journal of Political Economy*, Vol. 94, No. 3, pp. 461-488.
- Siallagan, Hamonangan dan Mas'ud Machfoed. 2006. Mekanisme Corporate Governance, Kualitas Laba dan Nilai Perusahaan. Makalah disajikan dalam Simposium Nasional Akuntansi IX, Padang, 23-26 Agustus.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitataif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sunaryo, Bustan Arya., H. Mohammad Kholiq Mahfud. 2016. Pengaruh Size, Profitabilitas Leverage Dan Umur Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Ejournal-S1.Undip*. Volumr 5. 1-14.
- Suryaningsih, Ida. Rita Andini. Abrar Oemar. 2018. Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Ukuran Dewan Komisaris & Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderating. *Journal Of Accounting*.

- Suwarjono. 2010. Teori Akuntansi (Perekayasaan Pelaporan Keuangan). Edisi Ketiga. Yogyakarta: BPFE.
- Thesarani, Nurul Juita. 2016. Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional Dan Komite Audit Terhadap Struktur Modal Perusahaan. *Thesis*. Fakultas Ekonomi.Univeritas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.
- Wahidahwati. 2002. Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional pada Kebijakan Utang Perusahaan: sebuah Perspektif *Theory Agency*. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*. Vol. 5. No. 1.
- Wardhani ,Rizky Amalia., Dul Muid. 2017. Pengaruh Agresivitas Pajak, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility* Volume 6. 2337-3806
- Watson, L. 2012. Corporate Social Responsibility, Tax Aggressiveness and Tax Avoidance. The Pennsylvania State University
- Widiastuti, Harjanti., Evy Rahman Utami., Ridi Handoko. 2018, Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, *Growth*, Dan *Media Exposure* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 3(2).
- Wijaya, Stefanus Ganang Sakti., Paulus Th. Basuki Hadiprajitno. 2017. Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Volume 6. 2337-3806
- www.pajak.go.id. Diakses pada tanggal 23 Januari 2019.
- www.global-reporting-reprack.com. Diakses pada 21 Februari 2020.