

PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY MENGGUNAKAN LEVERAGE SEBAGAI VARIABEL KONTROL

(Studi Pada Perusahaan yang Terdaftar di Kompas 100 periode 2015-2017)

THE EFFECT OF TAX AGRESIVENESS ON CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY WITH LEVERAGE AS CONTROL LEVERAGE

(Studies on Companies That Listed on Kompas 100 Periods 2015-2017)

Naufal Arka, Dini Wahjoe, SE., M.Si., Ak., CA¹

Prodi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹naufalarka.student@telkomuniversity.ac.id, ²dinihapsari@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Corporate Social Responsibility adalah beban yang harus dipenuhi oleh setiap perusahaan yang telah diatur dalam perundang-undangan pemerintah, CSR merupakan kewajiban perusahaan dalam mensejahterakan masyarakat tempat perusahaan itu beroperasi. Pada undang-undang RI no 40 tahun 2007 pasal 74 tentang “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan” menyatakan bahwa perusahaan yang kegiatan operasinya bersentuhan langsung dengan sumber daya alam berkewajiban untuk melaksanakan *corporate social responsibility*, di Indonesia sendiri CSR masih belum efektif dilakukan oleh perusahaan. CSR sendiri memegang peran tersendiri dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi perseroan itu sendiri maupun masyarakat setempat.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji bukti empiris secara simultan Pengaruh *corporate social responsibility* dan *leverage* terhadap agresivitas pajak pada perusahaan yang telah terdaftar di kompas 100 periode 2015-2017.

Penelitian ini terdiri dari 30 sampel perusahaan yang terdaftar di kompas 100 periode 2015-2017. Sampel diperoleh secara *purposive sampling*. Metode analisis penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dan regresi data panel dengan menggunakan *Eviews9*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa agresivitas pajak dan leverage berpengaruh simultan terhadap *corporate social responsibility*, secara parsial agresivitas pajak dan *leverage* juga berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility, Leverage, Agresivitas Pajak*

Abstract

Corporate social responsibility is an expense that must be fulfilled by every company that has been regulated in government legislation. CSR is a company's obligation to prosper the community where the company operates. In republic of indonesia law No. 40 of 2007 article 74 concerning “social an enviromental responsibility” states that companies whose operations are in direct contact with natural resources are obligated to carry out corporate social responsibility CSR in indonesia is still not effectively implemented by the company CSR itself hold its own role in suistainble economic development to improve the quality of life and the environment to participate in the economic development of the community itself and the local community.

This study aims to examine empirical evidence simultaneously the effect of corporate social responsibility and leverage on tax agresiveness in companies that have been registered in kompas 100 for the period 2015-2017.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Leverage, and Tax Agresivity*

1. Pendahuluan

CSR merupakan tanggung jawab dari sebuah perusahaan untuk masyarakat sekitar tempat perusahaan beroperasi oleh karena itu CSR adalah sesuatu yang sangat umum untuk dibicarakan pada era globalisasi. Perusahaan membutuhkan legitimasi dari masyarakat agar perusahaan yang berdiri di sekitar pemukiman penduduk dapat diterima oleh kalangan penduduk. Pajak merupakan beban yang harus ditanggung oleh sebuah perusahaan untuk mensejahterakan masyarakat begitu pula dengan CSR merupakan beban yang harus dibayar oleh sebuah perusahaan demi mensejahterakan masyarakat.

CSR dan pajak merupakan kewajiban sebuah perusahaan yang telah diatur dalam Undang-Undang RI No. 40 Tahun 2007 pasal 74 tentang “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan” yang berbunyi “perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Aktivitas perusahaan pada dasarnya tidak terlepas dari kontrak sosial dengan masyarakat. Oleh karena itu mayoritas perusahaan di berbagai belahan dunia melakukan tanggungjawab sosial sebagai bentuk kepedulian kepada masyarakat. Pada buku John Elkington (1997) yang berjudul *Cannibalswith Forks: The Triple Bottom Line 21st Century Business* menyatakan bahwa perusahaan dikatakan berhasil apabila tidak hanya memperhatikan keuntungan perusahaan melainkan telah mementingkan *Profit, people Planet* atau 3P yaitu dapat memperhatikan kesejahteraan masyarakat serta peduli terhadap lingkungan tempat dimana perusahaan tersebut beroperasi.

CSR bagi perusahaan adalah pengeluaran begitu juga dengan pajak yang harus mereka bayarkan. Sederhananya membayar pajak serta melaksanakan CSR perusahaan harus membayar biaya ganda untuk memenuhi kewajiban dari sudut pandang pajak penghasilan (PPH) perusahaan biasanya harus memilih strategi sehingga semua biaya yang dikeluarkan untuk program CSR yang dipilih, dapat dibebankan sebagai biaya yang dapat mengurangi laba kena pajak, sesuai dengan peraturan UU pajak penghasilan pasal 6 ayat (1) huruf i,j,k,l, dan m.

1. Dasar Teori dan Metodologi

2.1 Dasar Teori

2.1.1 *Corporate Social Responsibility*

Menurut Mu'man Suryana dalam (Azheri, 2011:28) CSR adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan pemangku kepentingan berdasarkan prinsip kesukarelawanan dan kemitraan.

CSR merupakan tanggung jawab dari sebuah perusahaan kepada masyarakat tempat perusahaan tersebut berdiri atau beroperasi, berdasarkan penjelasan atas undang-undang No 40 Tahun 2007, tanggung jawab sosial dan lingkungan di definisikan sebagai komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya, indikator dalam mengukur *corporate social responsibility* yaitu:

$$TCSRLi = \frac{\sum X_{yi}}{N_i}$$

2.1.3 *Leverage*

Menurut Rahayu&Darmawan (2017). *Leverage* merupakan salah satu rasio keuangan yang menggambarkan hubungan antara hutang perusahaan terhadap modal ataupun asset perusahaan. Perusahaan yang menggunakan hutang akan menimbulkan adanya bunga yang harus dibayar. Rasio ini dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Debt\ to\ Assets\ ratio = \frac{Long\ Term\ Debt}{Total\ Asset}$$

2.1.4 Agresivitas Pajak

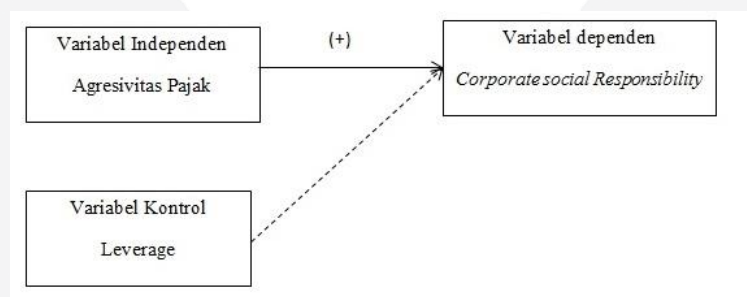
Agresivitas pajak di definisikan sebagai penghasilan kena pajak melalui kegiatan perencanaan pajak Lanis dan Richardson(2012) mengatakan dengan demikian kegiatan tersebut meliputi perencanaan pajak yang legal atau yang mungkin berada dalam *grey zone*, serta kegiatan yang ilegal. perusahaan yang agresif terhadap pajaknya ditandai dengan transparansi yang lebih rendah. Untuk agresivitas pajak dapat diukur dengan :

$$\text{CETR} = \frac{\text{Kas yang dibayarkan untuk pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Agresivitas Pajak Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Agresivitas Pajak adalah penghasilan kena pajak melalui kegiatan perancaan pajak yang meliputi perencanaan pajak yang legal atau yang mungkin berada di *grey zone*. Dalam Rahayu & Darmawan (2017) menyatakan bahwa perusahaan yang agresif terhadap pajaknya ditandai dengan transparansi kepada publik yang rendah. Perusahaan yang mempunyai nilai agresivitas pajak yang tinggi, kemungkinan akan melakukan *corporate social responsibility* lebih besar karena perusahaan mempunyai financial yang baik untuk membayar kedua beban tersebut. Hasil penelitian mengenai pengaruh agresivitas pajak terhadap *corporate social responsibility* menunjukkan hasil bahwa agresivitas paja berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility* (Rahayu & Darmawan, 2017)



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Keterangan:

→ : Simultan

2.3 Metodologi

Dalam penelitian ini akan melakukan analisis terkait pengaruh antara variabel independen (X) yaitu agresivitas pajak dan variabel kontrol (Z) yaitu *leverage* terhadap variabel dependen (Y) yaitu *corporate social respo* pada perusahaan yang terdaftar di Kompas 100 periode 2015-2017. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Kompas 100 periode 2015-2017. Teknik sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria yaitu:

- 1) Perusahaan yang terdaftar di Kompas 100 selama tahun 2015-2017.
- 2) Perusahaan yang tidak konsisten terdaftar di Kompas 100 selama tahun 2015-2017.
- 3) Perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan tahunan di Kompas 100 di BEI untuk tahun 2015-2017.
- 4) Perusahaan yang tidak mempublikasikan *sustainability report* periode 2015- 2017
- 5) Perusahaan yang tidak termasuk perusahaan keuangan

Dari kriteria yang telah peneliti tetapkan maka diperoleh sampel perusahaan sejumlah 10 perusahaan dengan periode penelitian setiap perusahaan selama 3 tahun. Sehingga jumlah data observasi yang diperoleh sebanyak 30 data observasi. Metode atau teknik analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah dengan analisis deksriptif dan analisis regresi data panel. Rumus regresi data panel adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = *Corporate Social Responsibility*

α = Konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$ = Koefisien regresi, n=1 dan 2

X_1 = Agresivitas Pajak

X_2 = *Leverage*

ε = *Error term*

2. Hasil Penelitian

3.1 Statistik Deskriptif

Berikut adalah hasil pengujian statistik deskriptif dari variabel *leverage*, pertumbuhan perusahaan, dan *free cash flow*:

Tabel 1. Statistik Deskriptif

	Agresivitas Pajak	<i>Leverage</i>	CSR
Mean	0,3070115	0,128857	0,437584
Maximum	0,980990	0,317290	0,818790
Minimum	0,033250	0,027330	0,120810
Std. Deviasi	0,242319	0,082212	0,156599
Observations	30	30	30

Sumber : Hasil output Eviews versi 9.0 (data telah diolah, 2019)

- Agresivitas pajak memiliki nilai rata-rata sebesar 0,3030115. Nilai tersebut lebih besar dibandingkan dengan standar deviasi sebesar 0,242319 yang berarti data nilai agresivitas pajak tahun 2015-2017 tersebut berkelompok. Nilai maksimum sebesar 0,980990 dan nilai minimum sebesar 0,02730.
- Nilai rata-rata *leverage* pada perusahaan yang terdaftar di Kompas 100 selama tahun 2015-2017 adalah sebesar 0,128857 dengan standar deviasi sebesar 0,082212. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *leverage* memiliki nilai *mean* lebih besar daripada standar deviasi yang berarti data tersebut tidak bervariasi. Nilai maksimum sebesar 0,317290 dan nilai minimum sebesar 0,027330.
- Nilai rata-rata CSR Kompas 100 selama tahun 2015-2017 adalah sebesar 0,437584 dengan standar deviasi sebesar 0,156599. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan perusahaan memiliki nilai *mean* lebih besar daripada standar deviasi yang berarti data tersebut tidak bervariasi. Nilai maksimum sebesar 0,980990 dan nilai minimum sebesar 0,027330.

3.2 Uji Asumsi Klasik

3.2.1 Multikolinearitas

Tabel 2 Uji Multikolineritas

CSR	1.000000	0.517863	0.481130
AP	0.517863	1.000000	0.319951
LEV	0.481130	0.319951	1.000000

Menurut Ghozali (2018:107) uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan korelasi antara variabel bebas atau variabel independen. Batas nilai dari VIF adalah 10. Jika nilai VIF < 10, maka model dapat dikatakan bebas dari multikolinearitas dan sebaliknya. Dalam penelitian ini memiliki hasil uji multikolinearitas variabel agresivitas pajak dan leverage berturut-turut sebesar 0,517863 dan 0,481130. Hal ini menunjukkan bahwa nilai korelasi <0,8 dan dapat disimpulkan bahwa tidak ada korelasi antar variabel bebas atau tidak terjadi multikolonieritas pada penelitian ini.

3.2.2 Heteroskedastisitas

Tabel 3. Uji Heteroskedastisitas

Dependent Variable: RESABS
 Method: Panel Least Squares
 Date: 04/23/19 Time: 02:55
 Sample: 2015 2017
 Periods included: 3
 Cross-sections included: 10
 Total panel (balanced) observations: 30

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.090829	0.028165	3.224839	0.0033
AP	-0,013217	0.118698	-0.111277	0.9122
LEV	-0.051432	0.062316	-0.825336	0.4164
R-squared	0.030107	Mean dependent var		0.066620
Adjusted R-squared	-0.041737	S.D. dependent var		0.048783
S.E. of regression	0.049791	Akaike info criterion		-3.067335
Sum squared resid	0.066936	Schwarz criterion		-2.927216
Log likelihood	49.01003	Hannan-Quinn criter.		-3.022510
F-statistic	0.419065	Durbin-Watson stat		2.017885
Prob(F-statistic)	0.661866			

Tabel 3 menunjukkan hasil probabilitas dalam setiap variabel >0,05, maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas

3.3 Analisis Regresi Data Panel

Berdasarkan hasil pengujian dua model yang telah dilakukan (*Chow Test*, *Hausman Test* dan *Large Multiplier*), maka *Common Effect Model* merupakan model yang tepat untuk penelitian ini:

Tabel 4. Hasil Uji Signifikansi *Common Effect*

Dependent Variable: CSR
 Method: Panel Least Squares
 Date: 04/23/19 Time: 02:58
 Sample: 2015 2017
 Periods included: 3
 Cross-sections included: 10
 Total panel (balanced) observations: 30

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0,021765	0.111959	-0.194404	0.8437
AP	1.194829	0.471825	2.532357	0.0175
LEV	0.543710	0.247702	2.195016	0.0269
R-squared	0.378913	Mean dependent var		0.370115
Adjusted R-squared	0,332906	S.D. dependent var		0.242319
S.E. of regression	0.197916	Akaike info criterion		-0.307311
Sum squared resid	0.197916	Schwarz criterion		-0.167191
Log likelihood	7.609662	Hannan-Quinn criter.		-0.262485
F-statistic	8.236082	Durbin-Watson stat		1.745569
Prob(F-statistic)	0.001613			

$$Y = -0,021765 + 1.194829 (AP) + 0,543710 (LEV)$$

Dimana :

Y = CSR

X₁ = Agresivitas Pajak

X₂ = *Leverage*

Pengaruh agresivitas pajak terhadap *corporate social responsibility* menggunakan *leverage* sebagai variabel kontrol

Koefisien regresi variabel agresivitas pajak memiliki nilai sebesar 1.194829 dengan tingkat signifikansi 0,0175 < dari taraf signifikansinya sehingga agresivitas pajak terhadap *corporate social responsibility* yang berarti agresivitas pajak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*, karena perusahaan yang cenderung menghindari pajaknya akan mengungkapkan CSR nya lebih besar hal ini disebabkan perusahaan mempunyai financial/keuangan yang cukup untuk membayar kedua beban tersebut, selain itu pajak dan CSR sama-sama berfungsi untuk mensejahterakan masyarakat secara tidak langsung.

Pengaruh agresivitas pajak terhadap *corporate social responsibility* tanpa menggunakan *leverage* sebagai variabel kontrol

Tanpa variabel kontrol agresivitas pajak tetap berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* namun porabilitasnya menurun menjadi 0,02175 yang berarti variabel kontrol *leverage* telah berhasil mengontrol variabel agresivitas pajak.

4 Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan pengujian analisis deskriptif, dapat disimpulkan bahwa :

1. Berdasarkan pengujian analisis deskriptif, dapat disimpulkan bahwa:
 - a) Agresivitas pajak yang diukur dengan *cash effective tax rate* (CETR) pada Kompas 100 memiliki nilai rata-rata sebesar 0,370115 menurut ketentuan pajak batasan agresivitas pajak adalah sebesar 25% yang berarti perusahaan yang terdaftar pada Kompas 100 periode 2015-2017 dapat dikatakan baik karena perusahaan tidak menghindari pajak.
 - b) *Leverage* yang diukur dengan *debt to assets ratio* (DAR) pada Kompas 100 memiliki nilai rata-rata *leverage* sebesar 0,128857 pada DAR semakin kecil nilai rasio nya semakin baik perusahaan dapat menutup hutang jangka panjang nya dengan total aset
 - c) *Corporate social responsibility* yang diukur menggunakan TCSRli pada Kompas 100 memiliki nilai rata-rata sebesar 0,43758 lebih kecil dibanding 0,5 yang berarti perusahaan yang terdaftar di Kompas 100 masih belum baik dalam melaporkan CSRnya.
2. Secara simultan agresivitas pajak dan *leverage* berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan yang terdaftar pada Kompas 100 periode 2015-2017 variabel agresivitas pajak dan *leverage* berpengaruh sebesar 37,89% dan sisanya yaitu 62,11% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.
3. Secara simultan jika agresivitas pajak terhadap *corporate social responsibility* tanpa menggunakan *leverage* sebagai variabel kontrol nilai signifikansi nya tetap berpengaruh positif namun berkurang, sehingga variabel *leverage* dapat dikatakan mampu mengontrol variabel agresivitas pajak.



DAFTAR PUSTAKA

- Azheri, B. (2011:28). *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary menjadi Mandatory*. Jakarta: Rajawali Pests.
- Elkington, J. (1999). *Cannibals With Forks : Triple Bottom Line of 21st Century Business*. John Wiley & Son Ltd.
- Ghozali, I. (2018:107). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: ISBN : 979-704-015-1 Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Lanis, R., & Richardson, G. (2012). Corporate social responsibility and tax aggressiveness: *J.Account. Public Policy* 31 86-108, 80-81.
- Rahayu, M. P., & Darmawan, J. (2017). Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Corporate Social Responsibility. *Lembaga Penelitian, Pengembangan Pembelajaran & Pengabdian Kepada Masyarakat ISSN: 2598 – 0246 | E-ISSN: 2598-0238*, 555.