

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan variabel atau apa yang menjadi titik perhatian dalam suatu penelitian (Arikunto, 1998). Objek yang diteliti diperoleh dari populasi pada perusahaan-perusahaan manufaktur yang listing di BEI dan melakukan pelaksanaan dan pelaporan CSR dalam rentang waktu 6 tahun yaitu dari tahun 2010 hingga 2015, sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 45 perusahaan dengan pertimbangan telah memenuhi kriteria pengambilan sampel dan berdasarkan teknik *purposive sampling*. Sedangkan kriteria-kriteria pengambilan sampel telah disebutkan pada bab sebelumnya. Sektor-sektor pada perusahaan-perusahaan manufaktur yang diambil sebagai objek penelitian adalah:

1. Sektor aneka industri : alas kaki, elektronika, kabel, otomotif & komponen, tekstil & garment.
2. Sektor industri barang konsumsi : farmasi, kosmetik & keperluan rumah tangga, makanan & minuman, peralatan rumah tangga, rokok.
3. Sektor industri dasar dan kimia : kayu & pengolahannya, keramik, porselen dan kaca, kimia, logam & sejenisnya, pakan ternak, pulp & kertas.

Adapun rincian pengambilan sampel pada penelitian ini yang dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4.1 Proses Pemilihan Sampel Penelitian

| No | Kriteria | Jumlah |
|--|---|--------|
| 1 | Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2010-2015 | 143 |
| 2 | Perusahaan yang tidak melaporkan data <i>Corporate Social Responsibility</i> secara lengkap pada rentang tahun 2010- 2015 | (31) |
| 3 | Perusahaan yang mengalami delisting dan data yang tidak tersedia selama periode tahun 2010- 2015 | (38) |
| 4 | Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan tahunannya dengan menggunakan mata uang Rupiah | (29) |
| Perusahaan yang digunakan sebagai sampel | | 45 |
| Perusahaan yang digunakan sebagai sampel tahun 2010- 2015 (45x6) | | 270 |

4.2 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan deskripsi suatu data mengenai nilai minimum, nilai maksimum, median, nilai rata-rata, serta standar deviasi untuk masing-masing variabel dalam penelitian yang digunakan untuk penelitian ini dalam rentang waktu periode 2010- 2015. Teknik analisis data, pengujian ini dan pengujian-pengujian selanjutnya dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *software* pengolahan data SPSS (*Statistical Program for Social Science*) 20. Hasil analisis deskriptif statistik dapat dilihat pada tabel 4.2.

Tabel 4.2 Statistik Deskriptif

| Variabel | N | Min | Max | Median | Mean | Std. Dev. |
|----------|-----|--------|--------|----------|----------|-----------|
| ETR | 270 | -,069 | ,031 | -,01650 | -,01872 | ,018020 |
| BER | 270 | ,244 | ,808 | ,47440 | ,49984 | ,132840 |
| ROA | 270 | ,011 | 5,660 | 1,07650 | 1,19369 | ,677735 |
| LEV | 270 | ,008 | ,976 | ,06100 | ,12539 | ,153931 |
| SIZE | 270 | 18,313 | 25,243 | 20,82150 | 20,95379 | 1,410518 |

Sumber: Data Diolah, 2017.

Dari hasil pengujian statistik deskriptif pada tabel 4.2 di atas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai minimum ETR (*Effective Tax Rate*) adalah sebesar -0,069 yang diperoleh Hanson International Tbk, sedangkan nilai maksimum ETR adalah sebesar 0,031 yang diperoleh Jaya Pari Steel Tbk. Nilai median yang menunjukkan tingkat ukuran pemusatan data variabel ETR adalah sebesar -0,01650. Nilai rata-rata ETR sebesar -0,01872 yang menunjukkan bahwa -0,01872 dari pendapatan sebelum pajak adalah beban pajak penghasilan perusahaan. Sedangkan nilai standar deviasi adalah sebesar 0,018020 hal tersebut menunjukkan tingkat ukuran penyebaran data variabel ETR.
2. Nilai minimum BER (*Biaya Employee Relations*) adalah sebesar 0,244 yang diperoleh Asiaplast Industries Tbk, sedangkan nilai maksimum BER sebesar 0,808 yang diperoleh Indofood Sukses Makmur Tbk. Nilai median yang menunjukkan tingkat ukuran pemusatan data variabel BER adalah sebesar 0,47440. Nilai rata-rata BER sebesar 0,49984 yang

menunjukkan bahwa 0,49984 dari total biaya operasi CSR adalah proporsi biaya pelatihan karyawan. Sedangkan nilai standar deviasi adalah sebesar 0,132840, hal tersebut menunjukkan tingkat penyebaran ukuran data variabel BER.

3. Nilai minimum ROA (*Return On Asset*) adalah sebesar 0,011 yang diperoleh Hanson International Tbk, sedangkan nilai maksimum ROA sebesar 5,660 yang diperoleh Alakasa Industrindo Tbk. Nilai median yang menunjukkan tingkat ukuran pemusatan data variabel ROA adalah sebesar 1,07650. Nilai rata-rata ROA sebesar 1,19369 yang menunjukkan rata-rata tingkat pengembalian yang diperoleh perusahaan dari asset yang mereka miliki. Sedangkan nilai standar deviasi adalah sebesar 0,677735, hal tersebut menunjukkan tingkat penyebaran ukuran data variabel ROA.
4. Nilai minimum LEV (*Leverage*) adalah sebesar 0,008 yang diperoleh Gunawan Dianjaya Steel Tbk, sedangkan nilai maksimum LEV sebesar 0,976 yang diperoleh Bentoel International Investama Tbk. Nilai median yang menunjukkan tingkat ukuran pemusatan data variabel LEV adalah sebesar 0,06100. Nilai rata-rata LEV sebesar 0,12539 yang menunjukkan besar perusahaan bergantung pada kreditur dalam menanggung pembiayaan asset perusahaan yaitu sebesar 0,12539. Sedangkan nilai standar deviasi adalah sebesar 0,153931, hal tersebut menunjukkan tingkat penyebaran ukuran data variabel LEV.
5. Nilai minimum SIZE (Ukuran Perusahaan) adalah sebesar 18,313 yang diperoleh Betonjaya Manunggal Tbk, sedangkan nilai maksimum SIZE

sebesar 25,243 yang diperoleh Indofood Sukses Makmur Tbk. Nilai median yang menunjukkan tingkat ukuran pemusatan data variabel SIZE adalah sebesar 20,82150. Nilai rata-rata SIZE sebesar 20,95379 yang menunjukkan bahwa rata-rata ukuran yang dimiliki perusahaan dan dilihat berdasarkan total asetnya. Sedangkan nilai standar deviasi adalah sebesar 1,410518, hal tersebut menunjukkan tingkat penyebaran ukuran data variabel SIZE.

4.3 Uji Asumsi Klasik

Ujiasumsi klasik ini menggunakan empat pengujian yaitu dengan menggunakan uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas.

4.3.1 Uji Normalitas

Tabel 4.3 Uji Normalitas

| Variabel | Asymp. Sig. |
|---------------------|-------------|
| BER, ROA, LEV, SIZE | 0,300 |

Sumber: Data Diolah, 2017.

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang diperoleh memiliki distribusi normal atau tidak. Untuk mendeteksi uji normalitas sampel dapat menggunakan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* pada masing-masing data. Jika hasil *Asymp. Sig.* > 0,05 maka data berdistribusi normal.

Dari hasil pengujian normalitas pada tabel 4.3 di atas menggunakan pengujian *Kolmogorov Smirnov* dan mendapatkan hasil signifikansi sebesar 0,300.

Data berdistribusi normal adalah data yang memiliki signifikansi $> 0,05$. Sehingga data tersebut dapat dikatakan memenuhi asumsi normalitas.

4.3.2 Uji Multikolinieritas

Tabel 4.4 Uji Multikolinieritas

| Variabel | VIF |
|----------|-------|
| BER | 1,266 |
| ROA | 1,061 |
| LEV | 1,186 |
| SIZE | 1,373 |

Sumber: Data Diolah, 2017.

Uji multikolinieritas ini digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi antar variabel. Untuk mendeteksinya dapat menggunakan uji VIF (*Variance Inflation Factor*), jika nilai *centered VIF* < 10 maka data tidak memiliki masalah multikolinieritas.

Dari hasil pengujian multikolinieritas pada tabel 4.4 di atas menggunakan pengujian VIF (*Variance Inflation Factor*), dimana nilai VIF pada BER sebesar 1,266, ROA sebesar 1,061, LEV sebesar 1,186, dan SIZE sebesar 1,373. Dapat disimpulkan bahwa semua nilai VIF nya memiliki hasil kurang dari 10. Dari hasil data yang diperoleh, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut bebas dari masalah multikolinier, sehingga data ini dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

4.3.4 Uji Autokorelasi

Tabel 4.5 Uji Autokorelasi

| Variabel | Durbin-Watson |
|---------------------|---------------|
| BER, ROA, LEV, SIZE | 2,249 |

Sumber: Data Diolah, 2017.

Uji autokorelasi merupakan pengujian apakah dalam model regresi linier terdapat korelasi kesalahan pengganggu pada periode tertentu dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Untuk mendeteksi uji ini dapat menggunakan uji *Durbin-Watson*, uji ini digunakan untuk melihat ada tidaknya autokorelasi dalam suatu model regresi. Dalam mendeteksi autokorelasi dapat melihat dari patokan angka *Durbin-Watson* antara -4 sampai 4, jika masih masuk maka bebas dari masalah autokorelasi.

Dari hasil pengujian autokorelasi pada tabel 4.5 di atas menggunakan pengujian *Durbin-Watson* dan mendapatkan hasil sebesar 2,249. Dari pengujian ini, dapat dilihat apakah ada masalah autokorelasi atau tidaknya pada suatu data. Dari hasil data yang diperoleh, maka data tersebut bebas dari masalah autokorelasi, sehingga data ini dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

4.3.5 Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.6 Uji Heteroskedastisitas

| Variabel | Prob. |
|----------|-------|
| BER | 0,945 |
| ROA | 0,513 |
| LEV | 0,322 |
| SIZE | 0,171 |

Sumber: Data Diolah, 2017.

Digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Untuk mendeteksi uji tersebut dapat menggunakan uji *Glejser*, jika nilai *Prob.* > 0,05 maka tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

Dari hasil pengujian heteroskedastisitas pada tabel 4.6 di atas menggunakan pengujian *Glejser* dan mendapatkan hasil nilai koefisien masing-masing variabel bebas yang tidak signifikan terhadap residual. Nilai koefisien yang dihasilkan variabel BER sebesar 0,945, ROA sebesar 0,513, LEV sebesar 0,322, dan SIZE sebesar 0,171. Nilai yang tidak signifikan yaitu apabila nilai yang diperoleh > 0,05. Dari hasil data yang diperoleh, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut bebas dari masalah heteroskedastisitas, sehingga data ini dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

4.4 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan model regresi linear berganda (multiple regression), uji signifikansi simultan (uji statistik F), dan uji signifikansi parameter individual (uji statistik t).

4.4.1 Regresi Linear Berganda

Tabel 4.7 Regresi Linear Berganda

| Variabel | B | Sig. |
|----------|--------|-------|
| Constant | 0,009 | 0,587 |
| BER | -0,032 | 0,000 |
| ROA | 0,001 | 0,372 |
| LEV | 0,030 | 0,000 |
| SIZE | -0,001 | 0,338 |

Sumber: Data Diolah, 2017.

Regresi linear berganda (*multiple regression*) digunakan dalam penelitian ini karena regresi linear berganda dinilai dapat mencerminkan keadaan yang sebenarnya. Dalam penelitian ini yang mempengaruhi agresivitas pajak bukan hanya CSR saja, tetapi juga terdapat variabel-variabel lain yaitu profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan. Variable-variabel profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan digunakan sebagai variabel kontrol.

Pengujian hipotesis yang menggunakan regresi linear berganda (*multiple regression*) pada tabel 4.7 di atas digunakan untuk menguji pengaruh dari dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel dependen. Persamaan regresi linear berganda yang dihasilkan dari analisis model ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,009 - 0,032BER + 0,001ROA + 0,030LEV - 0,001SIZE$$

Dari persamaan regresi linear berganda yang disebutkan di atas, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai intercept konstanta yang dihasilkan yaitu sebesar 0,010. Sehingga dapat diartikan bahwa apabila besar seluruh variabel bebas adalah 0, maka besar nilai ETR (*Effective Tax Rate*) adalah sebesar 0,010.
2. Nilai koefisien regresi variabel BER (*Biaya Employee Relations*) yaitu sebesar -0,032. Sehingga dapat diartikan bahwa apabila BER bertambah satu satuan, maka ETR akan mengalami penurunan sebesar 0,032 satuan dengan asumsi semua variabel bebas lain konstan.
3. Nilai koefisien regresi variabel ROA (*Return On Asset*) yaitu sebesar 0,001. Sehingga dapat diartikan bahwa apabila ROA bertambah satu satuan, maka ETR akan mengalami kenaikan sebesar 0,001 satuan dengan asumsi semua variabel bebas lain konstan.
4. Nilai koefisien regresi variabel LEV (*Leverage*) yaitu sebesar 0,030. Sehingga dapat diartikan bahwa apabila LEV bertambah satu satuan, maka ETR akan mengalami kenaikan sebesar 0,030 satuan dengan asumsi semua variabel bebas lain konstan.
5. Nilai koefisien regresi dari variabel SIZE (*Ukuran Perusahaan*) yaitu sebesar -0,001. Sehingga dapat diartikan bahwa apabila SIZE bertambah satu satuan, maka ETR akan mengalami penurunan sebesar 0,001 satuan dengan asumsi semua variabel bebas lain konstan.

4.4.2 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji statistik t)

Pengujian hipotesis yang menggunakan uji signifikansi parameter individual (uji statistik t) pada tabel 4.7 di atas digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara variabel-variabel bebas terhadap variabel terikatnya, sehingga dapat dilihat apakah model regresi yang dibuat signifikan atau tidak. Untuk mendeteksi apakah variabel independen BER (*Biaya Employee Relations*), variabel kontrol ROA (*Return On Asset*), LEV (*Leverage*), dan SIZE (Ukuran Perusahaan) berpengaruh terhadap variabel dependen ETR (*Effective Tax Rate*), dapat dilihat dari P-Value yang dihasilkan. Untuk mendeteksi apakah variabel bebas tersebut berpengaruh terhadap variabel terikat, dilihat dari P-Value apabila sebesar $< 0,05$ maka model pengujian akan signifikan.

Variabel independen BER memiliki P-Value sebesar 0,000 dimana P-Value ini $< 0,05$ sehingga variabel ini signifikan terhadap variabel ETR. Variabel independen yang signifikan terhadap variabel dependen ini menandakan bahwa hipotesis (H) peneliti diterima. Sedangkan variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini yaitu ROA, LEV, dan SIZE. Variabel kontrol ROA memiliki P-Value sebesar 0,372 sehingga variabel ini tidak signifikan terhadap variabel ETR. Variabel kontrol LEV memiliki P-Value sebesar 0,000 sehingga variabel ini signifikan terhadap variabel ETR. Sedangkan variabel kontrol SIZE memiliki P-Value sebesar 0,338 sehingga variabel ini tidak signifikan terhadap variabel ETR.

4.5 Pembahasan

Banyak hal dapat mempengaruhi kegiatan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan, salah satu hal yang dapat mempengaruhinya adalah

CSR (*Corporate Social Responsibility*). Untuk meneliti hubungan antar kedua variabel ini digunakan proksi BER (*Biaya Employee Relations*) untuk CSR dan ETR (*Effective Tax Rate*) untuk agresivitas pajak. Peneliti menguji hipotesis yang terdapat di bab sebelumnya mengenai apakah variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

Hasil yang diperoleh dari pengujian hipotesis uji t pada tabel 4.7 adalah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak, dan hal ini terbukti secara signifikan. Pada tabel di atas dapat dilihat karena pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap agresivitas pajak memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, dimana hipotesis akan diterima saat nilai signifikansi yang diperoleh $< 0,05$. Nilai koefisien sebesar -0,032 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang negatif antara *Corporate Social Responsibility* dengan agresivitas pajak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis peneliti “Terdapat pengaruh negatif antara CSR dan agresivitas pajak” dapat diterima.

Pada bab sebelumnya telah dijelaskan mengenai teori *stakeholder* yang menjelaskan bahwa perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasinya, tidak hanya untuk kepentingan internal saja tetapi juga untuk kepentingan pihak eksternal. Untuk memberikan informasi kepada *stakeholder* mengenai kinerja yang sudah dilakukan oleh perusahaan, maka perusahaan akan cenderung melakukan pengungkapan informasi mengenai kinerja lingkungan, sosial hingga intelektual yang lebih luas sehingga dapat memenuhi ekspektasi *stakeholders*. *Stakeholders* dinilai memiliki peran dalam menentukan keberhasilan perusahaan, karena *stakeholders* dan perusahaan memiliki hubungan yang saling

mempengaruhi sehingga perubahan pada salah satu pihak akan memicu perubahan pada pihak lainnya. Dalam memerhatikan *stakeholders*, perusahaan tentu akan menyusun sebuah skala prioritas yang akan digunakan sebagai ukuran untuk mementingkan *stakeholders*. Walaupun urutan prioritas ini dapat berubah sewaktu- waktu dan juga berubah karena keadaan perusahaan, tetapi mayoritas perusahaan- perusahaan akan mengkategorikan *stakeholders* internal dalam urutan kepentingannya.

Para investor dan kreditor biasanya banyak diprioritaskan oleh perusahaan- perusahaan karena pihak- pihak tersebut adalah pihak penyedia dana yang akan berpengaruh besar terhadap keberlangsungan perusahaan. Pihak investor dan kreditor tentu saja akan melihat sejauh mana kredibilitas suatu perusahaan sehingga mereka bersedia untuk memberi suntikan dana terhadap perusahaan tersebut. Untuk meyakinkan pihak- pihak tersebut, perusahaan akan berupaya untuk menginformasikan kegiatan- kegiatan yang telah dilakukan perusahaan dalam laporan tahunannya. Dalam penginformasiannya, pihak perusahaan juga mencantumkan aktivitas CSR yang telah dilakukan kepada pihak *stakeholders* lain. Sehingga dari laporan tahunan yang telah dipublikasi, pihak investor dan kreditor dapat mengetahui bahwa keberlanjutan dalam perusahaan tersebut dinilai layak atau tidak karena keberlanjutan perusahaan akan bergantung pada dukungan internal maupun dari masyarakat.

Pengungkapan dan pelaporan CSR dalam laporan tahunan memiliki banyak manfaat bagi perusahaan. Bagi pihak investor dan kreditor, hal tersebut dapat menjadi suatu pertanggung jawaban mengenai jalannya dana yang telah

diterima ataupun menjadi ajang untuk menarik para pihak penyuntik dana. Sedangkan bagi *stakeholders* eksternal terutama masyarakat, CSR dapat membuat suatu perusahaan mendapatkan citra baik yang dapat meningkatkan pengakuan, loyalitas, serta keberlangsungan hidup perusahaan. Tetapi dalam keadaan masyarakat kini, CSR merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk meminimalkan beban pajak yang harus dibayarkan perusahaan. Strategi CSR dilakukan perusahaan- perusahaan dengan cara membebankan biaya- biaya CSR ke dalam pengurang pendapatan bruto sehingga Pendapatan Kena Pajak (PKP) suatu perusahaan akan berkurang. Strategi ini berujung pada kegiatan untuk penghindaran atau perencanaan pajak tetapi masih dalam konteks yang legal karena tidak ada peraturan resmi Pemerintah yang melarang kegiatan tersebut, sehingga strategi CSR ini dianggap banyak dilakukan oleh perusahaan untuk agresivitas pajak.

Tetapi dalam penelitian Lanis dan Richardson (2011) dikatakan bahwa suatu perusahaan yang baik tentunya tidak akan melanggar norma- norma yang berlaku di masyarakat, hal ini dilakukan agar citra perusahaan terjaga dan dapat diterima oleh masyarakat. Norma- norma tersebut antara lain adalah dimana suatu perusahaan harus mengungkapkan dan melaporkan aktivitas CSR nya, dan juga suatu perusahaan harus membayar pajak sesuai tarafnya atau semestinya. Tentu saja untuk menjaga citra baik perusahaan demi keberlangsungannya, perusahaan harus mengikuti norma- norma yang berlaku tersebut karena kedua halnya telah disebutkan dan diatur dalam UU yang berlaku. Di Indonesia sendiri tentu saja UU untuk kedua hal tersebut telah diatur dalam UU, untuk kewajiban pengungkapan

CSR diatur dalam UU No. 40 tahun 2007, dan untuk kewajiban membayar pajak yaitu diatur dalam UU No. 28 tahun 2007.

Seperti yang sudah disebutkan sebelumnya, pada penelitian ini menghasilkan hipotesa bahwa “Terdapat pengaruh signifikan negatif antara CSR dengan agresivitas pajak”. Hal tersebut memberikan arti bahwa apabila suatu perusahaan benar- benar melakukan dan mengungkapkan kegiatan CSR nya, maka tingkat kemungkinan suatu perusahaan untuk melakukan agresivitas pajak akan menurun. Kesimpulan ini didapatkan dikarenakan teori yang telah dijelaskan Lanis dan Richardson dapat terbukti benar adanya, karena perusahaan tidak hanya mementingkan kepentingan bisnis saja tetapi juga kepentingan sosial. Karena apabila terdapat keadaan suatu perusahaan yang memang terlalu fokus pada perolehan laba yang maksimal, maka perusahaan tersebut akan gencar untuk melakukan strategi mengurangi beban pajak. Hal ini dengan asumsi, apabila agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan semakin tinggi maka perusahaan akan menggunakan modal yang seharusnya dialokasikan dalam kegiatan CSR tersebut untuk kegiatan produksi sehingga memang jelas dapat menghasilkan laba yang lebih daripada hanya berfokus pada CSR. Perusahaan yang memiliki agresivitas pajak tinggi diasumsikan akan dapat menggunakan strategi- strategi lain selain CSR sehingga lebih dapat menekan beban pajak yang harus dibayarkan perusahaan.

Hasil yang diperoleh ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson (2011), Lanis dan Richardson (2012), dan Yoehana (2013). Hasil penelitian yang mereka dapatkan juga menyatakan bahwa CSR berpengaruh

negatif terhadap agresivitas pajak. Lanis dan Richardson (2011), dan Lanis dan Richardson (2012) menyebutkan bahwa semakin tinggi level kegiatan CSR dan pengungkapannya yang dilakukan oleh suatu perusahaan maka semakin rendah tingkat agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan. Karena di saat kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan cenderung tinggi dan agresivitas pajak rendah, perusahaan akan berfokus pada citra perusahaan agar mendapatkan penerimaan oleh masyarakat. Sedangkan di saat agresivitas pajak suatu perusahaan tinggi dan kegiatan CSR yang rendah, perusahaan tersebut akan cenderung menggunakan modalnya untuk produksi daripada untuk melakukan tanggung jawab sosialnya.

Sedangkan dalam penelitian Muyadi (2015) didapatkan hasil bahwa terdapat hubungan signifikan positif antara CSR dengan agresivitas pajak. Penelitian yang dilakukan pada perusahaan telekomunikasi ini memberikan hasil bahwa pada perusahaan-perusahaan telekomunikasi, sehingga diasumsikan banyak perusahaan yang melakukan strategi pembebanan biaya CSR untuk mengurangi beban pajak tanpa memperhatikan norma yang berlaku. Pada penelitian Wahyudi (2015) serta Jessica dan Toly (2014) didapatkan hasil bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara CSR dengan agresivitas pajak. Kedua penelitian yang dilakukan pada perusahaan manufaktur ini menggunakan rentang waktu 2 hingga 3 tahun penelitian, sehingga dapat diasumsikan bahwa tahun-tahun tersebut belum menunjukkan keadaan perusahaan secara lebih representatif. Karena dalam periode tersebut dapat terjadi fluktuasi nominal maupun keadaan perusahaan-perusahaan yang sedang tidak stabil karena keadaan perekonomian,

sehingga hal ini yang akan berpengaruh pada pengukuran variabel CSR dan agresivitas pajak.

