

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN PERSAINGAN  
PASAR TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK  
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub-Sektor Makanan dan Minuman  
yang Terdaftar di BEI Tahun 2017-2019)**



Nama: Keumala Fitri Anandani

No.Mahasiswa: 13312015

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**2020**

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN PERSAINGAN PASAR  
TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK**

**(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub-Sektor Makanan dan Minuman yang  
Terdaftar di BEI Tahun 2017-2019)**

**SKRIPSI**

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana  
Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam

Indonesia

Oleh:

Nama: Keumala Fitri Anandani

No.Mahasiswa: 13312015

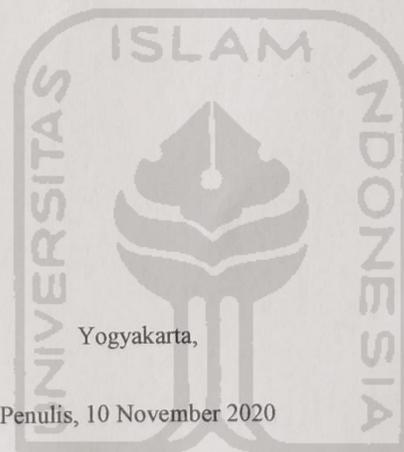
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2020**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

”Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang penuh tertulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila keudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”



Penulis, 10 November 2020



Keumala Fitri Anandani

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN PERSAINGAN PASAR  
TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK**

**(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub-Sektor Makanan dan Minuman yang**

**Terdaftar di BEI Tahun 2017-2019)**

**SKRIPSI**

Diajukan Oleh:

Nama: Keumala Fitri Anandani

No.Mahasiswa: 13312015

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 21 November 2020

Dosen Pembimbing,



(Dr. Mahmudi, SE., M.Si, CA., CMA)

# BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN PERSAINGAN PASAR  
TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN  
MANUFAKTUR SUB-SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI  
BEI TAHUN 2017-2019)**

Disusun Oleh : **KEUMALA FITRI ANANDANI**

Nomor Mahasiswa : **13312015**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari, tanggal: **Senin, 16 November 2020**

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Mahmudi,Dr.,S.E., M.Si.

Penguji : Marfuah,Dra.,M.Si., Ak.

Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia



Prof. Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

## KATA PENGANTAR

### Bismillahirrohmanirohim

#### *Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat, rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

Penyusunan skripsi yang berjudul "**Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Persaingan pasar Terhadap Agresivitas Pajak**" disusun dan diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indonesia. Penulis menyadari selama masa penyusunan skripsi tidak lepas dari bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, pada kesempatan ini penulis dengan tulus ingin mengucapkan meminta maaf dan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, nikmat yang begitu besar sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan Program Sarjana (S1).
2. Nabi Muhammad SAW yang sudah memberikan ilmu dan mengajarkan arti perjuangan hidup.
3. Bapak Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Dr. Mahmudi, SE., M.Si., Ak selaku Ketua Prodi Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indonesia dan pembimbing penulis. Mohon maaf yang sebesar-besarnya jika banyak kesalahan dan kekurangan dalam bersikap. Tak luput

juga penulis ucapkan terima kasih banyak atas kesabaran Bapak dan bimbingannya. Semoga Allah SWT selalu memberi rezeki dan kesehatan untuk Bapak. Terima kasih atas bimbingannya.

5. Bapak Rifqi Muhammad, SE., SH., M.Sc., Ph.D selaku Sekertaris Program Studi Akuntansi Program Sarjana terima kasih atas kesabaran dan bimbingannya selama ini. Penulis juga meminta maaf jika selama ini ada perilaku yang tidak berkenan kepada Bapak. Semoga Allah SWT selalu memberikan rezeki dan kesehatan untuk Bapak.
6. Bapak Erwanto sebagai Staff Akademik Prodi Akuntansi yang sudah bersabar membimbing penulis dalam menyusun skripsi terima kasih Pak, semoga Allah SWT selalu memberikan rezeki dan kesehatan untuk Bapak.
7. Kedua orang tua yang disayangi, Bapak Wahib Abdullah dan Ibu Suryati yang sudah bersabar, bertahan dalam menghadapi berbagai macam cobaan dan terus selalu menyemangati penulis untuk bisa menyelesaikan masa studinya. Tidak ada kata lain selain maaf dan terimakasih banyak semoga Allah SWT selalu memberikan kalian kesehatan, umur panjang dan rezeki berlimpah.
8. Ibu Santi sebagai Ibu kedua penulis disaat membutuhkan orang lain selain Orang Tua terima kasih atas kesabaran Ibu selama ini, tidak lelah memberi dorongan untuk penulis agar dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Semoga Allah selalu memberi rezeki dan kesehatan Ibu.
9. Kedua adik yang selalu jadi penghibur selama dalam masa kuliah hingga menyelesaikan skripsi. Semoga Allah SWT selalu memberikan dan melindungi kita semua kesehatan.
10. Teman – teman yang sudah mau berkenalan, berteman, bermain dengan penulis yang tidak bisa disebutkan satu-satu namanya, terima kasih banyak karena berkat kalian

penulis memiliki kenangan dengan kalian. Semoga apa yang kalian hadapi bisa dilewati dengan baik dan apa yang sedang direncanakan bisa direalisasikan.

11. Semua pihak yang telah membantu penulis sejak kuliah hingga proses penulisan skripsi ini dapat diselesaikan, semoga selalu dilindungi dan diberikan keselamatan oleh Allah SWT.

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan berkah, rahmat dan hidayah-Nya bagi Bapak, Ibu dan saudara yang telah mendukung dan membantu penulis dalam segala hal. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih memiliki banyak kekurangan oleh karena itu kritik dan saran sangat dibutuhkan dalam penyempurnaan skripsi ini.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*



Penulis,

(Keumala Fitri Anandani)

# DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI .....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
ABSTRAK.....	xi
BAB 1 .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
BAB II.....	6
KAJIAN PUSTAKA.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu .....	6
2.2 Kajian Pustaka .....	10
2.2.1 Teori Agensi.....	10
2.2.2 Teori Stakeholder.....	11
2.2.3 CSR (Corporate Social Responsibility) .....	14
2.2.4 Persaingan Pasar Perusahaan .....	17
2.2.5 Agresivitas Pajak.....	18
2.2.6 Return On Assets .....	21
2.2.7 Leverage.....	22
2.2.8 <i>Size</i> atau Ukuran Perusahaan .....	23
2.3 Pengembangan Hipotesa.....	24
2.3.1 Pengaruh CSR Terhadap Agresivitas Pajak.....	24
2.3.2 Pengaruh Persaingan Pasar Terhadap Agresivitas Pajak .....	25

2.1	Kerangka Penelitian .....	26
BAB III .....		27
METODE PENELITIAN.....		27
3.1	Populasi dan Sampel .....	27
3.2	Data dan Sumber data .....	28
3.3	Variabel Penelitian.....	28
3.3.1	Variabel Independen .....	28
3.3.1.2	Persaingan Pasar .....	30
3.3.2	Variabel Dependen.....	30
3.3.3	Variabel Kontrol .....	31
3.3.3.1	ROA .....	31
3.3.3.2	Leverage.....	32
3.3.3.3	Size.....	32
3.1	Metode Analisis Data.....	32
3.4.1	Statistik Deskriptif .....	32
3.4.2	Uji Korelasi .....	33
3.4.3	Metode R-Square .....	33
3.4.4	Uji Asumsi Klasik.....	34
3.5	Pengujian Hipotesis .....	35
3.5.1	Analisis Regresi .....	35
3.5.2	Uji F atau Uji Kelayakan Model .....	36
3.5.3	Uji sig. t atau Parameter Individual.....	36
BAB IV .....		37
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		37
4.1	Populasi dan Sampel .....	37
4.2	Statistik Deskriptif .....	38
4.3	Uji Asumsi Klasik.....	40
4.3.1	Uji Normalitas.....	40
4.3.2	Uji Multikolinearitas .....	42
4.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	43
4.4	Pengujian Hipotesis .....	45
4.5	Pembahasan.....	47

4.5.1	Pengaruh CSR ( <i>Corporate Social Responsibility</i> ) Terhadap Agresivitas Pajak .....	47
4.1	Pengaruh Persaingan Pasar Terhadap Agresivitas Pajak .....	48
BAB V .....		49
PENUTUP .....		49
5.1	Kesimpulan .....	49
5.2	Implikasi Penelitian .....	50
5.3	Keterbatasan dan Saran Penelitian .....	50
DAFTAR REFERENSI .....		i
LAMPIRAN.....		iii
LAMPIRAN 1.....		iv
LAMPIRAN 2.....		v
LAMPIRAN 3.....		vii



## ABSTRACT

*This study aims to analyze the effect of corporate social responsibility on tax aggressiveness. The type of data collected used secondary data, while the population and samples from the food and beverage sub- sector manufacturing industry were listed on the IDX (Indonesia Stock Exchange) in 2017-2019 using the purposive sampling method which resulted in 36 sampel companies. With GRI as a measuring tool for CSR, ETR to measure tax aggressiveness and HHI to measure market competition. The result showed that CSR had negative effect on tax aggressiveness and market had a negative effect on tax aggressiveness.*

*Keyword: corporate social responsibility, market competition, tax aggressiveness.*



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak. Jenis data yang dikumpulkan menggunakan data sekunder, sedangkan untuk populasi dan sampel dari sektor industry manufaktur sub-sektor makanan dan minuman pada tahun 2017-2019 dengan menggunakan metode *purposive sampling* yang menghasilkan 38 sampel perusahaan. Dengan GRI sebagai alat ukur untuk CSR, ETR untuk mengukur agresivitas pajak dan HHI untuk mengukur persaingan pasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh negative terhadap agresivitas pajak dan persaingan pasar berpengaruh negative terhadap agresivitas pajak.

Kata kunci: *corporate social responsibility*, persaingan pasar, agresivitas pajak.

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Salah satu pendapatan Negara yang berpengaruh terhadap kemakmuran sebuah Negara yaitu pajak. Pajak adalah kontribusi wajib kepada Negara yang terhutang 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. Pernyataan ini tercantum dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 Perubahan ketiga atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan. Dalam 5 tahun terakhir (2015 -2019) pendapatan Negara yang berasal dari pajak secara berturut-turut berkisar 83% - 94%. Perbedaan jumlah anggaran dengan realisasi yang terjadi karena perbedaan pendapat antara pemerintah dengan wajib pajak. Pemerintah ingin memaksimalkan pemasukan Negara di sektor pajak, sedangkan wajib pajak ingin membayar pajak dengan jumlah yang rendah.

Wajib pajak badan juga melakukan hal yang sama dengan wajib pajak pribadi dengan cara melakukan aktivitas agresivitas pajak. Agresivitas pajak merupakan aktivitas yang spesifik, yang mencakup transaksi-transaksi, dimana tujuan utamanya adalah untuk menurunkan kewajiban pajak perusahaan (Slemord, 2004). Menurut Desai

dan Dharmapala(2009) dalam Awalina dan Dewi (2019) Teori agensi dijelaskan bahwa upaya perencanaan pajak melalui agresivitas pajak mendukung perilaku oportunistedalam melakukan penghindaran pajak. Padahal sudah ada peraturan dalam Undang- Undang Republik Indonesia Nomor 40 tahun 2007 pasal 74 mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan yang berisi “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan”.

Perusahaan yang melibatkan sosial dan lingkungan salah satunya adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi sub sektor makanan dan minuman karena perusahaan memproduksi produk mereka dengan mengandalkan alam, maka sudah seharusnya ada timbal balik di antara keduanya tidak hanya semata-mata ingin memiliki profit yang tinggi dan tingkat kesuksesan perusahaan juga dipengaruhi oleh respon dari lingkungan dan masyarakat sekitar yang menilai tentang produk dari perusahaan tersebut. Perusahaan dalam sektor ini dinilai memiliki pergerakan ekonomi yang cenderung stabil karena merupakan aspek yang penting di kehidupan kita untuk bisa bertahan hidup, makan dan minum, maka mereka berlomba-lomba untuk mendapatkan peminat konsumen semaksimal mungkin. Tetapi ada salah satu kasus di sub sektor makanan dan minuman yang sempat melakukan kegiatan agresivitas pajak, yaitu PT. Coca cola Indonesia perusahaan ini sudah melakukan praktik transfer pricing atau rekayasa manipulasi harga secara sistematis yang bertujuan untuk menurunkan

laba sehingga seolah-olah perusahaan mengalami kerugian yang tujuan utamanya untuk menghindari pembayaran pajak atau bea (Plasschaet, 1998). PT. Coca Cola Indonesia melakukan manipulasi pada beban biaya periklanan pada 4 tahun pajak 2002, 2003, 2004 dan 2006 yang akhirnya diselidiki oleh DJP dan meminta kepada perusahaan untuk membayar kekurangan pajaknya sebesar Rp. 49,24 miliar. Banyaknya persaingan juga menjadi salah satu faktor juga dalam keberlangsungan perusahaan, perusahaan harus bisa bertahan dari banyaknya saingan dengan cara melakukan kegiatan CSR tersebut.

Berdasarkan hal tersebut, penulis ingin melakukan penelitian untuk menguji pengaruh CSR dan persaingan terhadap agresivitas pajak. Pada penelitian terdahulu telah membahas masalah agresivitas pajak dari berbagai macam sektor seperti penelitian dari Awalina, Hidayatul, & Dewi (2019), Jessica & Agus (2014) dan Ayu, Mala, Trisandi & Asep (2019) yang berasal dari Indonesia. Selain itu ada juga yang dilakukan oleh Ortas & Isabel (2020) dan Burcin & Saurin (2016) yang berasal dari luar Indonesia.

Dari beberapa pernyataan diatas, maka disimpulkan bahwa penulis ingin meneliti dengan menggabungkan penelitian yang ditulis oleh Awalina, Hidayatul, & Dewi (2019), Ortas & Isabel (2020), Jessica & Agus (2014), tetapi ada beberapa perbedaan dalam penelitian ini yaitu rentang waktu yang dipakai sebagai objek penelitian dan juga sektor industri yang dipilih oleh penulis yaitu sektor industri sub

sektor makanan dan minuman yang sudah terdaftar BEI (Bursa Efek Indonesia) dari tahun 2017 sampai dengan 2019.

Oleh karena itu judul penelitian yang penulis ambil adalah **“PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN PERSAINGAN PERUSAHAAN TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI INDONESIA”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini berdasarkan latar belakang adalah:

1. Apakah variabel *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap agresivitas pajak perusahaan?
2. Apakah variabel kontrol perusahaan memengaruhi sebuah perusahaan untuk melakukan agresivitas pajak?
3. Apakah persaingan pasar dapat memengaruhi perusahaan untuk melakukan agresivitas pajak?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

- 1.1 Menganalisis dan menguji pengaruh CSR terhadap agresivitas pajak.

1.2 Menganalisis dan menguji pengaruh variabel kontrol terhadap agresivitas pajak.

1.3 Menganalisis dan menguji pengaruh persaingan pasar terhadap agresivitas pajak.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Diharapkan penelitian ini dapat memberi manfaat untuk berbagai pihak, diantaranya untuk:

1. Investor

Diharapkan penelitian ini bisa membantu investor dan menjadi bahan pertimbangan ketika memilih perusahaan di Bursa Efek Indonesia.

2. Perusahaan

Diharapkan dapat mempertahankan atau meningkatkan kinerja perusahaan dengan baik agar perusahaan dapat tetap bisa bersaing di pasaran.

3. Pihak Akademisi

Diharapkan bisa menjadi salah satu bahan referensi untuk penelitian di masa yang akan datang.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Agresivitas pajak yang dilakukan oleh manajerial sebuah perusahaan bermaksud untuk meminimalkan biaya kewajibanyang dikeluarkan perusahaan ketika membayar pajak, pernyataan ini diungkapkan oleh Lanis dan Richardson (2013) dalam penelitian Elma & Abdul (2014). Biaya yang dimaksud adalah *deductible expense* atau biaya yang dapat dikurangkan atas penghasilan kena pajak atau bruto seperti biaya operasional usaha, usaha yang dihasilkan bisa dikenakan pajak, biaya yang bukan bertujuan untuk kepentingan pribadi. Kegiatan ini bisa dikatakan legal dan juga ilegal karena dianggap berada di area abu-abu antara peraturan yang sudah ditetapkan dalam Undang-undang dan yang tidak tertera didalamnya.

Ada beberapa variabel atau faktor yang dapat memengaruhi sebuah perusahaan melakukan tindakan agresivitas atau tidak yang nantinya juga perusahaan terbukti melakukan tindakan ini maka akan ada sanksi membayar denda atau kurang bayar pajak dari Direktorat Jendral Pajak dan di sisi lain ketika berita ini tersebar di masyarakat meliputi konsumen dan investor maka bisa saja mengubah kepercayaan terhadap perusahaan tersebut dan balik lagi imbasnya kepada perusahaan itu sendiri.

Para peneliti sebelumnya seperti Awalina & Dewi (2019), Ayu, Trisandi & Asep(2019), Elma & Abdul (2014), Col & Saurin (2016), dan Ortas & Isabel (2020) sudah melakukan penelitian dengan mengangkat variabel-variabel yang dapatmemengaruhi agresivitas pajak diantaranya yang termasuk dalam bagian ETR (*Effective Tax rates*) ukuran perusahaan, ROA (*Return on Assets, Leverage,Size*), persaingan pasar, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

*Corporate Social Responsibility*(X1) adalah variabelpertama yang dijadikan variabelindependen dari penelitian terdahulu yang dilakukan Deegan, et al (2002) dalamLanis & Richardson (2013) logika yang digunakan adalah CSR (X1) berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak (Y), artinya penelitian ini mendukung CSR (X1) berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak (Y). Berbeda dengan penelitian yang dilakukanAyu, Trisandi & Asep (2019) yang hasilnya bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak karena menurut penelitianperusahaan memasukkan biaya CSR ke dalam kategori *deductible expense* yang artinya tidak banyak beban biaya pajak yang mereka keluarkan sehingga tidak perlu melakukan agresivitas pajak begitupun dengan penelitian dari Nancy (2018).

Variabel selanjutnya adalah persaingan pasar. Variabel ini diambil dari penelitian Awalina & Dewi (2019) yang hasilnya adalah persaingan pasar (X2) berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak (Y) karena setiap lingkungan bisnis pasti ada yang namanya persaingan, perusahaan berlomba-lomba mempertahankan

bisnisnya, semakin tinggi dan besar jumlah perusahaannya dalam bidang yang sama maka semakin ketat persaingannya dan perusahaan harus bisa mempertahankan laba yang didapatkan tetapi hal itu juga berbanding lurus dengan beban yang mereka keluarkan termasuk biaya pajak, sehingga perusahaan mengkalinya dengan melakukan kegiatan agresivitas pajak. Semakin tinggi persaingan pasar maka semakin tinggi pula perusahaan melakukan efisiensi.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak (Y). Agresivitas merupakan kegiatan legal atau illegal yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dengan melibatkan transaksi-transaksi untuk alasan pajak, Garbarino (2011, hlm.284) dalam Ortas & Isabel (2020). Peneliti Rizky Nancy (2018) juga melakukan penelitian yang sama terhadap variabel independen ini.

Variabel ketiga adalah variabel kontrol untuk membantu dalam menentukan apakah sebuah perusahaan melakukan agresivitas pajak (Y) atau tidak dengan menghitung ETR atau *Effective Tax Rates*. Pertama ukuran perusahaan (X3), menurut Prasetyorini (2013) dalam Rima (2016) ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain total aktiva, *log size*, nilai pasar saham dan lain-lain. Kedua adalah ROA atau *return on Assets* (X4) merupakan pengukuran rasio profitabilitas sebuah perusahaan dalam menghasilkan laba yang diambil dari seluruh aset dan sumber daya yang dimilikinya, ROA juga bisa dijadikan penilaian terhadap kualitas dan kinerja perusahaan.

Perhitungan ROA dengan melakukan perbandingan profitabilitas sebelum pajak dengan total asset. *Leverage* (X5) digunakan untuk mengukur total hutang jangka panjang terhadap total asset perusahaan dan hasilnya akan menjadi penentu untuk pengambilan keputusan pendanaan. Dari beberapa variabel kontrol yang diteliti Elma & Abdul (2014) hasilnya adalah ukuran perusahaan (X3) berpengaruh negative terhadap CSR, sedangkan untuk ROA (X4) berpengaruh positif terhadap CSR. Dan untuk *Leverage* (X5) berpengaruh negative terhadap CSR, karena sama seperti ukuran perusahaan, besar kecilnya tidak berpengaruh secara signifikan. Hasil penelitian ini juga sejalan dalam penelitian Anggraini (2006). Dan menurut Ortas peneliti dari luar negeri menyatakan hasilnya bahwa ukuran perusahaan (X3), ROA (X4), *Leverage* (X5), berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak,

Maka dari penjabaran hasil penelitian terdahulu terhadap variabel kontrol, ada variabel yang hasilnya berbeda antara peneliti karena objek yang diteliti dan juga rentang waktu yang diambil oleh peneliti. Oleh karena itu penulis ingin melakukan penelitian kembali variabel yang tidak konsisten yaitu CSR, variabel kontrol dengan waktu yang berbeda dan lebih mempersempit daftar perusahaan yang dijadikan objek penelitian. Penulis ingin mengambil objek penelitian dari industri manufaktur sub sektor makanan dan minuman karena sub sektor ini dinilai memiliki persaingan yang besar dan lebih banyak melibatkan sumber daya alam dan manusia didalamnya.

## 2.2 Kajian Pustaka

### 2.2.1 Teori Agensi

Menurut Jensen dan Meckling (1976), menyatakan bahwa hubungan keagenan adalah kontrak antara manajer (*agent*) dan pemegang saham (*principal*) dan menurut mereka hubungan ini memiliki potensi konflik jika manajer perusahaan memiliki kurang dari 100 persen saham biasa perusahaan, yang mendorong manajer untuk memaksimalkan keuntungannya sendiri. Hal ini dapat terjadi karena adanya pemisahan kekuasaan antara fungsi pengelola dan fungsi kepemilikan. Dan menurut Salama et al (2010) dalam Purnawati (2012) untuk mengurangi konflik tersebut perusahaan dapat menggunakan metode pengungkapan CSR. Sedangkan menurut R.A Supriyono (2018:63) yaitu hubungan kontraktual antara prinsipal dan agen, hubungan ini dilakukan untuk suatu jasa dimana principal memberi wewenang kepada agen mengenai pembuatan keputusan yang terbaik baik principal dengan mengutamakan kepentingan dalam mengoptimalkan laba perusahaan sehingga meminimalisir beban.

Hubungan ini dilakukan dengan cara manajer perusahaan membuat dan melaporkan kegiatan perusahaannya yang nantinya pemegang saham akan melihat bagaimana perkembangan perusahaan tersebut. Laporan ini dibuat dalam bentuk laporan tahunan, yang terdiri dari kegiatan2 perusahaan termasuk kegiatan arus keuangan perusahaannya. Pelaporan juga dilakukan sebaik mungkin sebagai sinyal kepada investor untuk mendukung keberlangsungan perusahaan, tetapi tetap terkadang

ada perbedaan informasi dimana pihak pemegang saham ingin mendapatkan keuntungan investasi yang mereka sudah percayakan kepada manajer perusahaan

### 2.2.2 Teori Stakeholder

Teori *Stakeholder* adalah teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja perusahaan bertanggung jawab (Freeman, 1984). Agar hubungan dengan *stakeholder* tetap terjalin caranya adalah melakukan atau mengungkapkan CSR menurut Putra (2011) dalam Pangestika, Harjanti (2017). *Stakeholder* tidak hanya peduli terhadap kondisi internal perusahaan saja tapi eksternal juga menjadi perhatian mereka, semakin baik dan banyak kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan maka akan mendapatkan kepercayaan yang baik oleh *stakeholder*.

Menurut Warsono et al (2009: 29-31) *teori stakeholder* memiliki tiga argumen yang mendukung pengelolaan perusahaan yaitu:

#### 1. Argumen Deskriptif

Pandangan pemangku kepentingan secara sederhana merupakan deskripsi yang realistis mengenai bagaimana perusahaan beroperasi. Agar mendapatkan hasil yang konsisten, manajer harus memberikan perhatian pada produksi produk mereka seperti berkualitas tinggi dan inovatif, dapat menarik perhatian pelanggan, mempertahankan karyawan berkualitas tinggi dan juga menaati peraturan pemerintah.

#### 2. Argumen Instrumental

Manajemen terhadap pemangku kepentingan dinilai sebagai suatu strategi perusahaan. Perusahaan yang mempertimbangkan, memperhatikan pemangku kepentingan akan memiliki hubungan dan menghasilkan kinerja yang lebih baik.

### 3. Argument Normatif

Manajemen terhadap pemangku kepentingan adalah benar dilakukan. Perusahaan memiliki kendali dan penguasaan yang besar terhadap banyak sumber daya dan hak istimewa. Efek dari tindakan ini menjadi kewajiban perusahaan terhadap seluruh pihak yang terlibat.

Pihak *stakeholder* berdasarkan kekuatan, posisi penting dan pengaruh terhadap isu stakeholder terdiri dari:

#### 1. Stakeholder primer atau utama

Stakeholder yang memiliki peranan kepentingan secara langsung dengan suatu kebijakan, program, dan proyek. Mereka ditempatkan sebagai penentu utama dalam proses pengambilan keputusan. Contohnya adalah tokoh masyarakat.

#### 2. Stakeholder pendukung

Peran ini yang tidak memiliki ikatan kepentingan secara langsung terhadap keputusan, kebijakan, proyek perusahaan tetapi memiliki kepedulian sehingga mereka ikut berpengaruh terhadap keputusan legal pemerintah. Contohnya

lembaga pemerintah yang tidak memiliki kewenangan secara langsung, lembaga aparat, lembaga swadaya, perguruan tinggi, pengusaha yang terkait.

### 3. Stakeholder Kunci

Peran ini memiliki kewenangan secara legal dalam pengambilan keputusan untuk suatu proyek ditingkat daerah kabupaten. Pemerintah kabupaten, DPR kabupaten, Dinas yang membawahi langsung proyek yang bersangkutan.

Hubungan antar *stakeholder* yang saling bergantung seperti

#### 1. Pemegang saham atau *stockholder*

Ketika pemegang saham membeli saham perusahaan, mereka mengamati perusahaannya dan juga manajernya untuk memastikan bahwa investasi yang mereka tanam mendapatkan hasil yang maksimal, dan juga memastikan bahwa perusahaan tidak melakukan hal yang tidak sesuai etika dan risiko yang dapat merusak reputasi perusahaan.

#### 2. Manajer

Manajer bertanggung jawab menentukan tujuan perusahaan dan menggunakan sumber daya secara efisien untuk mencapai tujuan tertentu. Manajer juga bertanggung jawab menggunakan modal dan sumber daya perusahaan untuk meningkatkan kinerja dan operasi perusahaan.

#### 3. Karyawan

Perusahaan bersikap etis terhadap karyawan dengan tidak membedakanya, perusahaan juga memberikan pelatihan, keterampilan dan juga penghargaan kepada karyawan agar perusahaan dapat berjalan dengan baik, mengingat karyawan merupakan sumber daya yang vital dalam sebuah perusahaan.

#### 4. Pelanggan dan Konsumen

Konsumen merupakan stakeholder yang paling kritis. Karena pertumbuhan sebuah perusahaan juga berasal dari minat konsumen terhadap perusahaan, semakin tinggi minat konsumen dan perusahaan bisa memenuhinya maka perusahaan bisa berjalan dan terus berkembang.

#### 5. Lingkungan, Masyarakat, dan Negara

Keputusan-keputusan, produk yang dihasilkan, diproduksi oleh perusahaan dan manajer dapat memengaruhi seluruh aspek sumber daya. Karena kita hidup saling bergantung satu sama lain.

### 2.2.3 CSR (Corporate Social Responsibility)

Tanggung Jawab Sosial atau biasa disebut juga dengan *Corporate Social Responsibility* atau CSR. Menurut Wibisono (2007:7) CSR merupakan komitmen berkelanjutan perusahaan untuk bertindak secara etis dan berkontribusi terhadap perkembangan ekonomi masyarakat setempat atau masyarakat luas, serta meningkatkan taraf hidup karyawan dan keluarga mereka. Oleh karena itu kegiatan ini wajib

dilakukan oleh sebuah perusahaan dan diungkapkan dalam sebuah laporan tahunan perusahaan, pernyataan ini sudah tertulis dalam Undang-Undang PT No.40 Pasal 66 ayat 2c Tahun 2007 dan terlampir juga dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 76/PMK 03/2011 tentang tata cara dan pelaporan biaya perusahaan yang digunakan saat melakukan kegiatan CSR dengan cara mengurangi penghasilan bruto perusahaan.

Kegiatan CSR meliputi beberapa implementasi yang harus diperhatikan seperti:

1. Tanggung jawab ekonomi, sebuah perusahaan bisnis merupakan lembaga ekonomi yang memiliki tujuan untuk menghasilkan barang dan jasa yang diperlukan masyarakat dan dijual dengan harga wajar, selain masyarakat yang menjadi poin utama perusahaan, karyawan dan investor juga harus diperhatikan kesejahteraannya jika tidak maka bisnis tidak akan bisa berjalan dengan baik. Jadi tidak hanya semata-mata memaksimalkan laba tetapi juga bisa berperilaku adil kepada seluruh lapisan yang menjadi pendukung berdirinya sebuah perusahaan.
2. Tanggung jawab hukum, melakukan kegiatan berdasarkan hukum yang sudah ditetapkan. Tetapi hukum itu sendiri juga memiliki beberapa kelemahan yang masih terjadi sampai saat ini, yaitu Undang-Undang tidak diperbaharui, atau diubah oleh anggota parlemen tanpa ada kerjasama dengan pihak pemilik bisnis sehingga bisa mengacu padapendapat, motivasi pribadi demi kepentingan politik mereka sendiri tanpa memikirkan etis atau keadaan pasaran yang sedang

terjadi. Selain itu seiringnya perkembangan jaman, permasalahan yang terjadi dalam proses bisnis juga banyak yang belum atau tidak tercantum dalam Undang-undang. Dan tidak jarang pula terjadi kasus yang timbul dimasyarakat akibat dari peraturan yang tidak memihak masyarakat atau perusahaan yang tidak mengutamakan keadilan dalam roda bisnis.

3. Tanggung jawab sosial, tanggung jawab ini mencakup konsumen, masyarakat, karyawan, lingkungan hidup. Perusahaan dengan sukarela melakukan kegiatan-kegiatan yang bersifat membantu masyarakat dan karyawan seperti halnya mendukung dalam bidang pendidikan dengan memberikan beasiswa, atau memberikan sumbangan alam, support dalam bidang olahraga dan seni. Kegiatan-kegiatan seperti yang diharapkan oleh masyarakat dan karyawannya tetapi jika tidak dilakukan juga tidak menjadi masalah, berbeda dengan tanggung jawab etis yang sudah menjadi kewajiban perusahaan untuk dilakukan.
4. Tanggung jawab etika, kegiatan yang diharapkan dan dilarang oleh masyarakat meskipun tidak atau belum tercantum dalam undang-undang. Karena kembali lagi tujuan utama berdirinya bisnis adalah untuk menarik pihak konsumen, masyarakat demi mendapatkan laba. Ketika tanggung jawab hukum tidak memadai, tanggung jawab etika ini berperan penting dalam keberlangsungan hidup mereka. Tanggung jawab ini bisa berisi tentang norma, standar, nilai dan harapan yang diinginkan konsumen, karyawan, pemegang saham dan

masyarakat sekitar. Menurut Carrol (1991) tanggung jawab etis terdiri dari apa yang umumnya diharapkan oleh masyarakat, melebihi harapan ekonomi dan hukum.

#### **2.2.4 Persaingan Pasar Perusahaan**

Setiap orang atau badan yang melakukan kegiatan bisnis pasti akan menghadapi yang namanya persaingan bisnis, masing-masing akan mengunggulkan kelebihan-kelebihan bisnis mereka yang tujuan utamanya untuk menarik minat konsumen, dan pasaran. Perkembangan jaman juga menuntut mereka untuk terus ikut berkembang dan berinovasi, seperti halnya dengan kemajuan teknologi yang semakin canggih, perusahaan dapat berkembang dengan maksimal berkat bantuan teknologi tersebut, yang nantinya bisa dijadikan strategi mereka dalam bersaing. Dalam kamus manajemen, persaingan adalah usaha dari 2 pihak atau lebih yang masing-masing bergiat memperoleh pesanan produk mereka dengan menawarkan harga atau ketentuan yang paling menguntungkan. Persaingan ini bisa terdiri dari potongan harga produk, iklan atau promosi, berbagai variasi, kualitas, bentuk kemasan, desain yang menarik dan juga segmentasi pasar yang tepat (Maribun, 2003).

### 2.2.5 Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak adalah prosedur yang dapat dijalankan oleh perusahaan untuk merekayasa besarnya penghasilan yang dikenakan pajak menggunakan cara yang dikategorikan legal, juga illegal (Frank et al, 2009), menurut Christensen dan Murphy (2004) dalam Lanis dan Richarson (2013) tindakan agresivitas pajak merupakan salah satu strategi perusahaan yang sebenarnya tidak sesuai dengan harapan masyarakat. Perusahaan melakukan ini karena mereka menemukan celah di antara praktik perencanaan yang diperbolehkan dan tidak diperbolehkan dalam Undang- Undang atau bisa disebut juga sebagai *grey area*. Perusahaan berusaha mengurangi beban pajak secara agresif baik secara legal yaitu *tax avoidance* atau secara illegal yaitu dengan *tax evasion*.

Penghindaran pajak atau *tax avoidance* adalah salah satu usaha manajer dalam mengurangi beban pajak yang mereka bayarkan dengan cara yang legal, yang dimaksudkan legal karena manajer mengurangi beban pajak dalam batas wajar dan masih mengikuti peraturan yang tertera dalam undang-undang perpajakan. Menurut Arnold dan McIntryre (1995) cara perusahaan melakukan penghindaran pajak dengan cara:

- a. Perusahaan atau wajib pajak tidak melakukan kegiatan-kegiatan yang bisa mengenai beban pajak.

- b. Membuka perusahaan atau pindah tempat tinggal ke tempat yang memiliki tarif pajak lebih rendah.
- c. Melakukan kegiatan penghindaran yang hukumnya belum jelas atau belum tertulis dalam undang-undang.

Sedangkan menurut Hoque, et al (2011) dalam penelitian Surbakti (2012) cara melakukan penghindaran pajak yaitu:

- a. Laba operasional dicatatke dalam laba yang berasal dari modal.
- b. Pembelian modal dicatat sebagai pembelian operasional.
- c. Biaya personal dimasukkan ke dalam laporan bagian biaya perusahaan.
- d. Kelebihan depresiasi pada produksi dimasukkan ke dalam *equipment cost* yang nantinya dapat mengurangi laba kena pajak.
- e. Laporan sisa bahan baku produksi industri manufaktur dicatat untuk mengurangi beban kena pajak.

*Tax evasion* atau yang disebut juga dengan penggelapan pajak, merupakan perilaku yang illegal bagi perusahaan. Dalam buku Siti Kurnia Rahayu (2010:147) yang berjudul Perpajakan Indonesia: konsep dan aspek formal tertulis pengertian *tax evasion* adalah sebuah kegiatan manajer atau Wajib Pajak dalam melarikan diri dengan cara mengurangi, menghapus, memanipulasi beban pajak yang sudah ditentukan dan sudah tertulis dalam Undang-undang peraturannya.

Pelaku penggelapan pajak melakukan kegiatan ini dengan cara :

1. Tidak mendaftarkan diri sebagai Wajib Pajak perorangan atau badan.
2. Tidak mempergunakan NPWP dengan sebagaimana mestinya.
3. Tidak membayar beban pajak yang ditagihkan.
4. Tidak menyerahkan berkas SPT (Surat Pemberitahuan Pajak) ke Direktorat Jenderal Pajak Indonesia.
5. Melaporkan SPT tidak sesuai dengan ketentuan.

Penyebab terjadinya penggelapan pajak dikarenakan:

1. Wajib Pajak atau konsumen merasa tidak puas dengan pelayanan yang diterima dari aparaturnya pajak, merasa tidak sebanding dengan apa yang sudah mereka berikan (membayar kewajiban pajak) dengan fasilitas yang mereka dapatkan, karena pada dasarnya pajak itu dari rakyat, untuk rakyat dan oleh rakyat.
2. Lingkungan merupakan salah satu guru dalam kehidupan kita, seperti halnya orang tua mengajarkan anaknya cara berjalan dan membaca, dan kita sebagai makhluk sosial hidup di lingkungan dengan berbagai macam karakteristik, perilaku dan satu sama lain saling mengamati, mempelajari, menganalisa yang akhirnya kita secara sadar atau tidak, benar atau tidak akan mengikutinya.
3. Tarif yang tinggi. Beban pajak yang ditagihkan kepada Wajib Pajak juga memengaruhi seseorang atau badan untuk melakukan kegiatan penggelapan

pajak, mereka merasa terbebani jika tarif yang harus mereka bayarkan terlalu tinggi, mengingat beban pajak diambil dari hasil pendapatan mereka, sedangkan baik pribadi atau badan memilih naluri untuk memaksimalkan pendapatan atau laba yang mereka terima.

4. Sistem yang buruk. Proses wajib pajak dalam melaporkan pajak menjadi alasan dalam melakukan penggelapan, dengan system administrasi yang rumit dan tidak transparan, membuat wajib pajak kesulitan dalam melaporkannya bahkan enggan untuk melaporkannya. Banyak pemikiran yang terlintas oleh mereka seperti apakah uang yang mereka bayarkan nantinya akan digunakan denganmaksimal, keuntungannya apa yang mereka dapatkan jika melaporkan dengan baik. Jadi baik, buruknya system administrasi dapat memengaruhi pemasukan dan kegiatan yang menyangkut Negara.

#### **2.2.6 Return On Assets**

Rasio yang berasal dari laba bersih dibagi dengan total asset adalah rumus untuk ROA. Perhitungan ini untuk mengetahui seberapa baiknya perusahaan dalam mengelola investasi berbentuk aset yang dimiliki perusahaan untuk diolah menjadi laba bersih perusahaan. Semakin tinggi nilai rasio yang dihasilkan maka perusahaan dinilai mampu mengelola asset perusahaan menjadi laba bersih usahanya. Dalam buku Horne & Wachowicz (2005:235) ROA dikatakan sebagai alat ukur untuk mengetahui efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dengan menggunakan total asset sebagai pendukungnya. Dan hasil rasio ini menjadi perhatian bagi para investor dan juga

pesaingnya di sektor industri yang sama Karena investor selaku penanam saham ingin mengetahui atau menyeleksi perusahaan mana atau yang sudah mereka percayakan agar tidak mengalami kerugian dikemudian hari. Dan untuk pesaing dalam sektor yang sama laporan keuangan perusahaan lain menjadi acuan untuk terus berkembang, berinovatif, bersaing dengan giat.

### **2.2.7 Leverage**

Selain ROA, *leverage* juga diperlukan untuk menilai sebuah perusahaan. Rasio ini dihitung berdasarkan total hutang dibagi dengan total asset perusahaan. *Leverage* terdiri dari dua jenis, yaitu *Operating Leverage* dan *Financial Leverage*. *Operating Leverage* digunakan untuk menaikkan arus kas dan *returns* dengan cara menaikkan *Fixed Cost* dan untuk *Financial Leverage* menggunakan pinjaman dana yang berasal dari penerbitan sekuritas aktiva tetap seperti hutang jangka panjang, obligasi dan sejenisnya. Posisi dalam laporan neraca berada di sebelah kanan bagian hutang dan ekuitas, sedangkan *Operating Leverage* berada disebelah kiri bagian asset.

Perhitungan rasio ini sebenarnya agak riskan untuk sebuah perusahaan, jika tidak tepat maka efek yang didapatkan adalah kebangkrutan bagi bisnisnya, sebaliknya jika bisa mengaturnya maka laba yang baik akan dihasilkan. Rasio ini juga yang akan menjadi salah satu faktor penguat untuk menilaitingkat agresivitas pajak perusahaan.

### 2.2.8 Size atau Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah skala yang digunakan untuk mengukur besar kecilnya sebuah perusahaan. Untuk mengetahui seberapa sbesar ukuran perusahaan, ada beberapa kriteria yang perlu di analisis dan dihitung seperti, *total assets, log size, total capital, ect*. Besarnya total asset memperlihatkan besarnya perusahaan itu sendiri.

Ukuran perusahaan tergolong menjadi tiga bagian menurut Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 46/M-DAG/PER/9/2009 Tentang Penerbitan Surat Izin Usaha Perdagangan pasal 3, yaitu diantaranya:

1. Poin a: SIUP Kecil

Perusahaan ini wajib dimiliki oleh perusahaan perdagangan yang kekayaan bersihnya lebih dari Rp. 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

2. Poin b: SIUP Menengah

SIUP ini wajib dimiliki oleh perusahaan perdagangan yang kekayaan bersihnya lebih dari Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah) tidak termsuk tanah dan bangunan tempat usaha.

3. Poin c: SIUP Besar

SIUP wajib dimiliki oleh perusahaan perdagangan yang kekayaannya bersihnya lebih dari Rp.10.000.000,- (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Semakin besar sebuah perusahaan dan semakin ketat persaingan pasar maka manajer perusahaan berusaha keras dan harus cekatan dalam mengelola perusahaan, mereka harus selalu cekatan dalam mengambil keputusan agar perusahaan itu tetap berjalan dan bisa memaksimalkan laba perusahaan. Contoh halnya dengan meningkatkan kualitas produk atau jasa yang ditekuninya, pemasaran yang menarik sehingga konsumen dapat tertarik, dan untuk kalangan investor manajer harus bisa mengatur keuangan perusahaan agar hasilnya baik dan terlihat menguntungkan bagi para investor. Tapi dari semua usaha tersebut, terkadang manajer melakukan kegiatan legal atau illegal demi mendapatkan hasil yang diinginkan, kegiatan itu bisa berupa pengurangan beban pajak atau bisa dikatakan manajer sudah melakukan agresivitas pajak.

## **2.3 Pengembangan Hipotesa**

### **2.3.1 Pengaruh CSR Terhadap Agresivitas Pajak**

Dalam Undang-undang penghasilan tertera tentang biaya beban yang mampu dan tidak mampu dikurangkan dari perhitungan penghasilan yang dikenakan pajak untuk perusahaan. Untuk mengurangi beban biaya pajak manajer perusahaan mengkalinya salah satu caranya dengan mengoptimalkan *deductible*

*expense* dan meminimalisir jumlah pajak terhutang, salah satu caranya dengan memasukkan biaya ke dalam kegiatan CSR atau *Corporate Social Responsibility* adalah kegiatan tanggung jawab perusahaan sebagai komitmen berkelanjutan perusahaan untuk bertindak secara etis dan berkontribusi terhadap perkembangan ekonomi masyarakat setempat atau masyarakat luas, serta meningkatkan taraf hidup karyawan dan keluarga mereka yang sudah diatur dalam UU PT No.40 tahun 2007. Dalam penelitian sebelumnya yaitu Ratmono & Agung (2019) yang berjudul “*Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) as a Means of Legitimacy: It's Impact on The Level of Tax Aggressiveness*” penelitian ini menjelaskan hasil penelitiannya bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak, karena semakin tinggi CSR yang dilakukan itu disebabkan karena perusahaan peduli terhadap lingkungan dan ingin mendapatkan reputasi yang baik di mata masyarakat. Maka hipotesis yang dikembangkan berdasarkan uraian di atas adalah:

**H1: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak perusahaan**

### **2.3.2 Pengaruh Persaingan Pasar Terhadap Agresivitas Pajak**

Dalam sebuah bisnis industri, perusahaan akan bertemu dengan kompetitor di bidang yang sama, semakin kompetitif maka semakin sengit persaingan yang terjadi. Perusahaan mendapatkan tantangan untuk bisa bertahan menghadapi kompetitor di pasar agar bisa tetap memproduksi. Dalam proses persaingan, besarnya

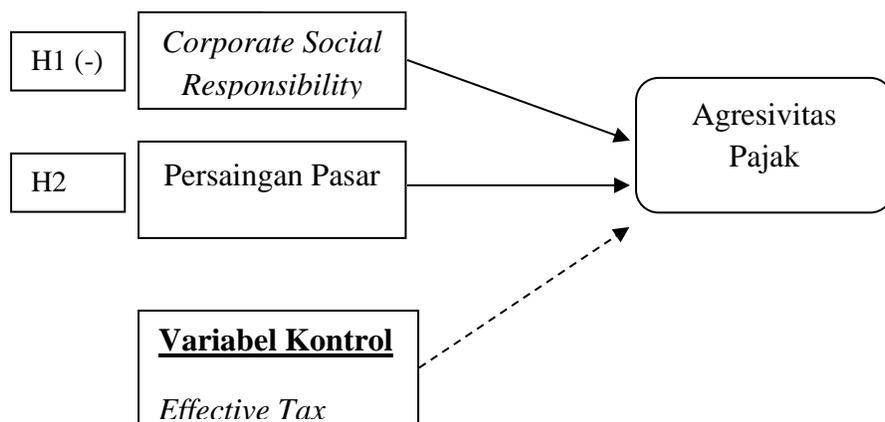
laba yang dihasilkan menjadi pandangan suksesnya perusahaan tersebut. Tetapi laba bisa menurun akibat besarnya beban pajak yang harus dibayarkan. Oleh karena itu manajer mengkalinya dengan cara melakukan praktik agresivitas pajak. Seperti penelitian milik Awalina & Dewi (2019) berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Intensitas Modal, dan Persaingan Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan” hasil yang didapatkan adalah intensitas persaingan berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak, maka hipotesis yang dapat dikembangkan:

**H2: Persaingan pasar berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak perusahaan.**

## 2.1 Kerangka Penelitian

Kerangka pemikiran dibuat untuk mempermudah dalam memahami arah penelitian yang akan diteliti. Kerangka penelitian yang akan dibuat oleh penulis adalah:

Gambar 2.1 Arah Penelitian



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Populasi dan Sampel**

Populasi untuk penelitian ini adalah perusahaan dalam sector manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017 – 2019. Sedangkan untuk sampelnya dengan menggunakan *Non Probability Sampling: Purposive Sampling* atau menentukan pengambilan sampel dengan menerapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun ciri-ciri atau kriterianya adalah:

1. Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017 – 2019.
2. Perusahaan yang menjadi sampel menerbitkan laporannya di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017 – 2019.
3. Perusahaan tidak mengalami kerugian selama periode 2017 -2019 berturut-turut.
4. Dalam laporan tahunan menyertakan laporan tanggung jawab sosialnya atau CSR.
5. Memiliki seluruh variabel data keuangan dan data perusahaan yang diperlukan selama penelitian yaitu periode 2017 -2019 berturut-turut.

### 3.2 Data dan Sumber data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu laporan tahunan perusahaan selama periode penelitian. Data sekunder ini diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia, [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan [www.sahamok.com](http://www.sahamok.com). Data panel yang digunakan adalah gabungan dari data *cross section* dan *time series* periode yang diteliti (2017 - 2019) dengan mengambil data konsisten tahunan.

### 3.3 Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu independen, dependen, dan kontrol. Variabel independen atau variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* dan persaingan, sedangkan untuk variabel dependen atau variabel terikatnya adalah agresivitas pajak, dan variabel kontrol dalam penelitian ini adalah *effective Tax Rates* yang nantinya dijadikan variabel dependen jika dihubungkan dengan agresivitas pajak.

#### 3.3.1 Variabel Independen

##### 3.3.1.1. *Corporate Social Responsibility* atau CSR

Kegiatan tanggung jawab perusahaan sebagai komitmen berkelanjutan perusahaan untuk bertindak secara etis dan berkontribusi terhadap perkembangan ekonomi masyarakat setempat atau masyarakat luas, serta meningkatkan taraf hidup karyawan dan keluarga mereka yang sudah diatur dalam UU PT No.40 tahun 2007. Pengukuran variabel CSR dalam penelitian ini menggunakan *introgasi*, *check list* dan keputusan yang relevan. Pengukuran ini dilakukan dengan

mencocokkan item yang sesuai dengan GRI atau *Global Reporting Initiative* yang sudah digunakan oleh Serimbing (2005) yang terdiri dari tujuh kategori yaitu lingkungan, energy, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum dengan berjumlah 78 item secara keseluruhan. Dalam penelitian variabel ini sudah dilakukan sebelumnya oleh Ayu, Trisandi et al (2019). Yang hasilnya diformulasikan dengan rumus:

$$CSR_1 = \frac{\sum X_{yi}}{n_i}$$

Keterangan :

$CSR_1$  : Indeks luas pengungkapan tanggung jawab dan lingkungan Perusahaan i.

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

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

### 3.3.1.2 *Persaingan Pasar*

Persaingan terjadi karena adanya beberapa atau banyak perusahaan yang melakukan produksi atau jasa di bidang yang sama. Persaingan ini akan semakin kompetitif jika banyak perusahaan yang berdiri dengan sektor industri yang sama. Perkembangan teknologi yang semakin maju juga menjadi tantangan perusahaan untuk terus berinovasi dan bersaing dengan pasar. Selain teknologi, berbagai aspek juga menjadi perhatian manajer dalam mengelola produk atau jasa perusahaannya demi mencapai laba yang maksimal. Dalam penelitian ini penulis menggunakan rumus yang sama dengan peneliti sebelumnya yaitu Awalina dan Dewi (2019) yaitu:

$$PP = \sum \frac{\text{Total Penjualan}}{\text{Total Penjualan seluruh perusahaan di bidang yang sama}}$$

### 3.3.2 **Variabel Dependen**

Dalam penelitian ini variabel dependen atau variabel terikatnya adalah agresivitas pajak. Seperti yang sudah diketahui, agresivitas pajak adalah usaha manajer dalam mengalihkan beban pajak yang ditagihkan agar laba perusahaan tidak berkurang. Selain karena kepentingan perusahaan itu sendiri, jumlah laba bersih yang dihasilkan perusahaan menjadi bagian terpenting karena menyangkut operasional perusahaan. Agresivitas ini dilakukan bisa dalam jalur legal ataupun illegal. Manajer melakukan penghindaran pajak dengan mengurangi beban- beban

yang dapat mengurangi beban pajak. Peneliti sebelumnya yaitu Rizky Nanci (2018) melakukan pengujian yang sama dengan menggunakan *proxy* ETR atau *Effective Tax Rates* yang rumusnya:

$$ETR = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Pendapatan sebelum beban pajak}}$$

### 3.3.3 Variabel Kontrol

Penelitian ini menggunakan variabel kontrol sebagai variabel tambahan untuk memperkuat perhitungan data yang akan diteliti meliputi, ROA, *Leverage*, dan *size*.

#### 3.3.3.1 ROA

*Return on Assets* adalah rasio yang digunakan untuk mengetahui keadaan operasional perusahaan dalam mengelola *assets* perusahaan menjadi laba bersih. Rasio ROA diukur dengan rumus:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset Perusahaan}} \times 100\%$$

### 3.3.3.2 *Leverage*

Pengertian *leverage* menurut Indrajati, et al (2017) dalam Rizki Nancy (2018) merupakan keadaan dimana perusahaan mampu memenuhi kewajiban liabilitas jangka panjangnya. Formula dari *leverage* adalah

$$\text{Leverage} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}}$$

### 3.3.3.3 *Size*

Ukuran perusahaan atau *size* adalah ukuran besar kecilnya perusahaan yang dilihat dari berbagai macam aspek. Ukuran perusahaan dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{SIZE} = \text{LN} (\text{Total Aset})$$

## 3.1 Metode Analisis Data

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data kuantitatif dengan mengambil data yang sudah diterbitkan dalam situs resmi BEI yaitu berupa laporan tahunan perusahaan dan dokumen lainnya yang dapat mendukung

### 3.4.1 Statistik Deskriptif

Variabel dalam statistic deskriptif adalah rata-rata, nilai tengah, maksimal, minimal dan *standard deviation* atau ukuran yang diukur besarnya persebaran data penelitian tersebut.

### 3.4.2 Uji Korelasi

Korelasi adalah suatu hubungan antara variabel. Uji ini digunakan untuk menentukan apakah variabel bebas tersebut memiliki hubungan satu dengan yang lainnya. Dengan penilaian:

- a. Jika hasilnya adalah 1 atau -1, maka variabel bebas terhadap variabel terikat memiliki korelasi sempurna.
- b. Jika 0 atau mendekati, maka ada korelasi antara satu dengan lainnya namun dikatakan lemah.

### 3.4.3 Metode R-Square

Ghozali dan Latan (2014) dalam Lanaula, Rima (2016) Koefisien determinan ditunjukkan seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menjabarkan variabel dependen. Jika nilainya kecil maka variabel bebas tidak berguna untuk variabel terikat, sedangkan sebaliknya jika nilainya besar atau mendekati satu maka hampir seluruh variabel bebas yang digunakan berguna untuk variabel terikat.

#### 3.4.4 Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui apakah sampel penelitian tersebut layak atau tidak dengan menggunakan model regresi. Uji asumsi klasik yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Uji Normalitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah sampel yang digunakan dalam model regresi berdistribusi dengan normal atau tidak jika dihubungkan dengan variabel yang bersangkutan. Hasil dari uji normalitas ini berupa sumbu diagonal atau titik pada grafik yang dilihat penyebarannya.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah pengujian suatu model regresi apakah terdapat korelasi antar variabel independen atau tidak. Pengujian ini di deteksi dengan menampilkan nilai *tolerance* atau VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai *tolerance* < 0.1 atau VIF > 10 hasilnya terjadi gejala multikolinearitas begitupun sebaliknya.

c. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui apakah sampel yang digunakan ada kesamaan atau ketidaksamaan antar *variance* dapat dideteksi dengan menggunakan uji *Glejser* dengan hasilnya nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 maka dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3.5 Pengujian Hipotesis

#### 3.5.1 Analisis Regresi

Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah terjadi perbedaan jika variabel bebas berubah menjadi variabel predictor pada variabel terikat. Rumusnya adalah

$$ETR = \alpha + \beta_1 CSR + \beta_2 Pp + \beta_3 ROA + \beta_4 leverage + \beta_5 SIZE + e$$

Keterangan:

ETR: *Effective Tax Rates*.

$\alpha$  : Konstanta.

$\beta_{1-5}$  : Koefisien Variabel.

CSR: *Corporate Social Responsibility*.

ROA : *Return on Assets*.

Leverage: leverage menggunakan *debt ratio*.

Size: ukuran perusahaan.

e:error.

Yang hasilnya jika nilai sig lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi sesuai dengan perkiraan arinya hipotesis diterima.



### 3.5.2 Uji F atau Uji Kelayakan Model

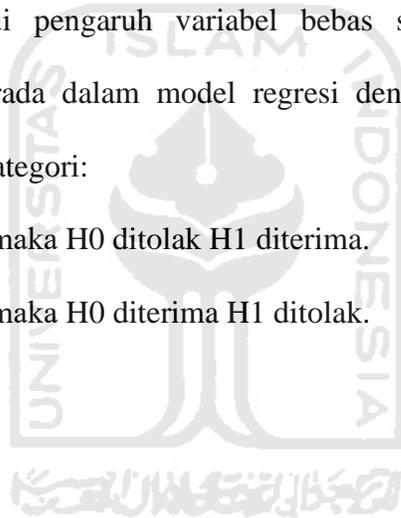
Uji ini dilakukan untuk melihat kelayakan atau tidak layak model yang digunakan dalam regresi, uji ini memiliki kategori:

- a. Jika  $F < \alpha$  maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima.
- b. Jika  $F > \alpha$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

### 3.5.3 Uji sig. t atau Parameter Individual

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara individual dengan variabel terikat yang berada dalam model regresi dengan menggunakan nilai  $t$  0,05. Uji ini terdapat dua kategori:

- a. Jika probabilitas  $< \alpha$ , maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima.
- b. Jika probabilitas  $> \alpha$ , maka  $H_0$  diterima  $H_1$  ditolak.



## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Populasi dan Sampel

Penelitian ini mengambil data dari laporan keuangan perusahaan sektor industri manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar dalam rentang waktu tahun 2017-2019 di BEI. Perusahaan-perusahaan yang diteliti juga memiliki variabel, kategori yang diperlukan dalam penelitian ini. Sampel *purposive sampling* menjadi metode dalam pengambilan sampel penelitian ini dengan kualifikasi sebagai berikut:

Tabel 4.1 Kategori Pemilihan Sampel.

No.	Kualifikasi	Jumlah
1.	Perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2017-2019.	25
2.	Perusahaan yang menjadi sampel menerbitkan laporan tahunannya di BEI periode 2017-2019 berturut-turut	(8)
3.	Perusahaan tidak mengalami kerugian selama periode penelitian berturut-turut.	(4)
4.	Perusahaan yang <i>relisting</i> atau tidak menerbitkan	(1)

	laporannya di BEI	
5.	Memiliki variabel baik keuangan dan data perusahaan yang diperlukan untuk penelitian.	12
Total Perusahaan yang lolos kualifikasi (12 X 3 periode 2017-2019)		36

*Sumber: Olah Data, 2020.*

#### 4.2 Statistik Deskriptif

Pengolahan data yang dilakukan penulis yang berguna untuk menjelaskan isi gambaran penelitian ini secara deskriptif dibantu dengan *software* khusus untuk pengolahan data yaitu, SPSS (*Statistical Program for Social Science*) versi 25 dengan hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.2 Analisis Statistik Deskriptif.

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
CSR	36	.256	.846	24.538	.68162	.144805
SAINGAN	36	0.001%	62.899%	300.847%	8.35685%	17.031604%
ROA	36	2.894%	52.670%	458.991%	12.74975%	11.354488%
LEVERAGE	36	.115	.604	12.361	.34336	.160128

SIZE	36	21.017	32.201	1011.636	28.10099	2.564101
ETR	36	.161	.334	9.126	.25350	.039576
Valid N (listwise)	36					

Sumber: Olah Data, 2020.

Berdasarkan hasil yang tertera dalam tabel statistic deskriptif diatas, yang memiliki makna, seperti berikut:

1. Angka nilai *minimum*, *maksimum*, *mean* dan *standar deviation* berturut-turut pada CSR yaitu 0.256, 0.846, 0.68162 dan 0.144805, artinya penyebaran data CSR cukup tersebar dengan baik karena jarak minimal dan maksimal tidak terlalu jauh.
2. Hasil untuk persaingan berdasarkan tabel memiliki hasil yang cukup signifikan antara *mean*, *maksimum*, *minimum* dan *standar deviation* yaitu 8.35685%, 62.899%, 0.001%, , dan 17.031604%. Hal ini mengakibatkan data tidak terlalu tersebar dengan rata.
3. Nilai *minimum*, *maksimum*, *mean* dan *standar deviation* untuk ROA (*Return on Assets*) yaitu 2.894%, 52.670%, 2.894%, 11.354488%, yang artinya bahwa data cukup tersebar.

4. Dengan nilai *mean* sebesar 0.34336, *maksimum* sebesar 0.604, *minimum* dengan 0.115 dan *standar deviation* 0.160128 data untuk variabel *leverage* tersebar dengan rata.
5. Angka *minimum* 21.017, *maksimum* 32.201, *mean* 28.10099, dan *standar deviation* 2.564101 untuk variabel *Size* atau ukuran perusahaan data penyebarannya cukup tersebar rata.
6. Variabel ETR memiliki nilai *mean* 0.25350, *maksimum* 0.334, *minimum* 0.161, dan *standar deviation* 0.039576 yang datanya tersebar dengan merata.

### 4.3 Uji Asumsi Klasik

#### 4.3.1 Uji Normalitas

Pengujian ini diperlukan untuk mengetahui apakah sampel data yang diteliti dapat terdistribusi dengan normal atau tidak. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan uji normalitas *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.3 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		36
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.02484482
Most Extreme Differences	Absolute	.121
	Positive	.121
	Negative	-.094
Test Statistic		.121
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Olah Data, 2020.

Hasil yang ditampilkan dalam tabel di atas menunjukkan bahwa nilai Asymp.Sig.(2-tailed) sebesar 0.200 dimana nilai paten dari Asymp.Sig. (2-tailed) adalah 0.05, jadi artinya sampel data yang diuji dapat terdistribusi dengan normal.

### 4.3.2 Uji Multikolinearitas

Pengujian ini dilakukan untuk bertujuan apakah ada korelasi antar variabel bebas atau variabel independen. Penilaian yang baik adalah tidak terjadinya korelasi anantara variabel bebas. Hasil dari penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas.

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	CSR	.786	1.272
	SAINGAN	.558	1.792
	ROA	.770	1.298
	LEVERAGE	.664	1.506
	SIZE	.526	1.899

a. Dependent Variable: ETR

*Sumber: Olah Data, 2020.*

Dalam Uji Multikolinearitas memiliki nilai  $VIF > 10$ , dan  $tolerance > 0,1$ . Dan menurut tabel diatas, dinyatakan hasilnya memenuhi nilai uji multikolinearitas yang dimaksudkan bahwa penelitian ini tidak ada gejala multikolinearitas antar variabel bebas.

### 4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Dalam mengolah data dengan uji heteroskedastisitas ini dilakukan dengan menggunakan uji glistier. Menurut Wijayanti et al (2016) dalam Rizki Nancy (2018) uji ini dilakukan untuk mencari apakah sampel ini terjadi ketidaksamaan variansi selisih nilai duga dengan nilai pengamatan antar satu dengan lainnya.

Hasil uji ini ada dalam tabel berikut:

Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas.

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.029	.040		-.735	.468
	CSR	.002	.021	.014	.079	.937
	SAINGAN	.000	.000	-.479	-2.239	.033
	ROA	-.001	.000	-.339	-1.859	.073
	LEVERAG E	.004	.021	.039	.200	.843
	SIZE	.002	.001	.294	1.336	.192

a. Dependent Variable: ABRESID

*Sumber: Olah Data, 2020.*

Berdasarkan data tabel di atas terdapat satu variabel independen yang hasilnya  $< 0.05$  dimana variabel persaingan ini mengalami gejala heteroskedastisitas, sedangkan variabel lainnya tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.



#### 4.4 Pengujian Hipotesis

Hal ini diperlukan untuk menghubungkan variabel bebas (CSR, persaingan) terhadap variabel terikat (agresivitas pajak). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan model regresi linear berganda dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Berganda.

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.053	.066		.802	.429
	CSR	.092	.035	.335	2.594	.015
	SAINGAN	.001	.000	.402	2.618	.014
	ROA	.000	.000	.139	1.064	.296
	LEVERAGE	-.079	.035	-.318	-2.259	.031
	SIZE	.005	.002	.348	2.201	.036

a. Dependent Variable: ETR

b. Adjusted R Square : 0.540

c. F hitung: 9.225

d. Sig. F: 0.000

$$ETR = 0.053 + 0.092CSR + 0.001Pp + 0.000ROA + (-0.079)leverage + 0.005SIZE + e$$

Hasilnya adalah nilai F hitung melalui metode analisis regresi sebesar 9.225, sedangkan untuk sig.F nya hasilnya adalah 0.000 artinya model regresi sudah layak karena  $<0.05$ . dan untuk Koefisien determinasinya menghasilkan 0.540 diartikan sebagai variabel bebas yang menjelaskan terhadap variabel terikat sebesar 54%, dan 46% lainnya dijelaskan oleh variabel diluar model regresi. Jadi berdasarkan table di atas kesimpulannya adalah

### 1. Pengujian Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama menyatakan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan uji regresi diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,015 dan koefisien regresi sebesar 0,092, maka disimpulkan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak, namun karena hasil ini berlawanan dengan hipotesis yang diajukan maka hipotesis pertama (H1) tidak didukung.

### 2. Pengujian Hipotesis kedua

Hipotesis kedua menyatakan bahwa persaingan pasar berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan uji regresi diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,014 dan koefisien regresi sebesar 0,001, maka disimpulkan bahwa persaingan pasar berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak, dan hasil ini sama dengan hipotesis yang diajukan maka hipotesis kedua (H2) didukung.

### 3. Pengujian Variabel Kontrol

Hasil variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini menyatakan bahwa ROA tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, *leverage*

berpengaruh negative terhadap agresivitas pajak dan untuk ukuran perusahaan atau *size* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Hasil ini yang sependapat dengan Elma & Abdul (2014) adalah *leverage* karena untuk variabel ROA dan ukuran perusahaan, Elma menyatakan berpengaruh positif dan berpengaruh negative terhadap agresivitas pajak.

#### **4.5 Pembahasan**

##### **4.5.1 Pengaruh CSR (*Corporate Social Responsibility*) Terhadap Agresivitas Pajak**

CSR berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak tidak dapat dibuktikan dalam penelitian ini karena hasil yang didapatkan berbeda dengan perkiraan. Penelitian ini berlawanan dengan penelitian milik Nancy (2018) tetapi sejalan dengan Deegan et al (2002). Perusahaan yang melakukan kegiatan agresivitas memanipulasikan kegiatan mereka dengan mengalihkannya kepada kegiatan CSR perusahaan, sehingga seolah-olah mereka sudah melakukan banyak kegiatan CSR. Dalam undang-undang tentang penghasilan kegiatan atau beban yang dapat dikurangkan beban pajaknya salah satunya adalah kegiatan CSR dan di dalam undang-undang juga sudah tertera tentang kegiatan CSR termasuk dalam tanggung jawab perusahaan sebagai bentuk kepedulian terhadap lingkungan sekitar .

#### **4.1 Pengaruh Persaingan Pasar Terhadap Agresivitas Pajak**

Pada perkiraan hipotesa ini, hasil yang didapat sejalan dengan hasil penelitian milik Awalina, Dewi (2019) seerti yang sudah tertera pada tabel diatas bahwa persaingan pasar berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Setiap manajer ingin perusahaannya dapat terus unggul dan bertahan diposisi dunia bisnis, maka manajer membuat strategi untuk bisa terus berjalan dan bertahan. Jika persaingan pasar yang terjadi dalam satu lingkup industry yang sama tinggi maka manajer akan melakukan tindakan pertahanan diri yaitu salah satunya dengan cara melakukan pengurangan dalam pengeluaran beban perusahaan, pengurangan yang dilakukan adalah pengurangan beban pajak karena dengan mengurangi beban pajak, laba perusahaan akan maksimal tanpa menurunkan kualitas produknya dan bisa tetap bersaing dan mempertahankan posisi perusahaan di dalam persaingan yang ada dengan kompetitornya. Semakin tinggi tingkat persaingan yang terjadi di pasaran, maka semakin agresif juga manajer perusahaan dalam melakukan efesiensi atau penekanan atau pengurangan beban perusahaan .

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Ha1 tidak didukung dengan adanya hasil penelitian ini bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak, karena semakin banyak perusahaan melakukan pengungkapan CSR, semakin besar manajer melakukan kegiatan agresivitas terutama pada beban pajak.
2. Ha2 didukung dengan hasil penelitian ini bahwa persaingan pasar berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak, karena semakin ketat persaingan dalam dunia bisnis, manajer juga melakukan strategi untuk mempertahankan posisinya dengan melakukan kegiatan legal atau illegal seperti agresivitas pajak.

## 5.2 Implikasi Penelitian

Diharapkan dengan adanya hasil penelitian ini, bisa menjadi bahan acuan atau pertimbangan oleh:

### 1. Investor

Diharapkan bisa menjadi acuan wawasan bagi investor dalam memilih dan menentukan keputusan untuk berinvestasi di sebuah perusahaan..

### 2. Perusahaan

Diharapkan bagi manajemen perusahaan agar terus meningkatkan kinerjanya agar perusahaan dapat berkembang dan bersaing dengan sehat dalam persaingan pasar dan juga melakukan kegiatan sosial yang dapat memperkuat hubungan antara perusahaan dengan lingkungan sekitar.

### 3. Akademisi

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi salah satu bagian dari penambahan informasi yang bermanfaat yang dapat dijadikan referensi pada penelitian selanjutnya.

## 5.3 Keterbatasan dan Saran Penelitian

Penelitian yang akan datang diharapkan bisa menambah variabel independen seperti *good governance*, intensitas modal, atau mencari lebih banyak sumber data sampel, karena penulis hanya menggunakan laporan tahunan yang tercatat di [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id), dan [www.sahamok.com](http://www.sahamok.com), bisa juga dengan menambah sampel

yang lebih luas, dan memperpanjang jangka periode penelitiannya. Semoga penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.



## DAFTAR REFERENSI

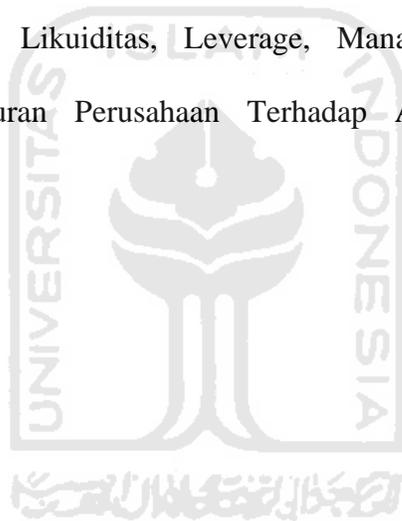
- Ayu, M. Trisandi Eka. Asep, K. 2019. "The Effect Of Tax Avoidance, Earnings Management and Political Connection on Corporate Social Responsibility Disclosure: Indonesian Manufacturing Companies Evidence." *Accounting Reasearch Journal of Sutaatmadja* 03 (02): 212-225.
- Col, B. Saurin Patel. 2016. "Going to Heaven? Corporate Social Responsibility and Tax Avoidance" Springer.
- Elma, N. Abdul Rohman. 2014. "Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Corporate Social Responsibility : Untuk Menguji Teori Legitimasi." *Diponegoro Journal of Accounting* 3(2): 1-12.
- Frank, Mary Margaret, Luann J. Lynch, & Sonja Olhoft Rego. 2009. "Tax Reporting Aggressiveness and Its Relation to Aggressive Financial Reporting." *American Accounting Association* 84(2): 467-96.
- Garbarino, C. 2011. "Aggressive tax strategies and corporate tax governance: an institutional approach", *European Company and Financial Law Review*, Vol.8 NO.3, pp. 277-304
- Horne, James C. Van dan John M, Machiwiecz.2009.*Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan*. Alih bahasa: Dewi Fitriyani dan Deny Kwary. Jakarta: Salemba Empat.

- Lanaula, R. 2016. "Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan" Skripsi, Universitas Islam Indonesia.
- Lanis, R; G, Richardson. 2013. Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: a test of legitimacy theory. *Accounting Auditing an Accountability Journal Vol. 26 NO.1*, 75-100.
- Maribun, B. N. 2003. Kamus Manajemen: Persaingan Pasar. *Jakarta. Pustaka Sinar Harapan*.
- Menteri Keuangan Republik Indonesia.2011."Tata Cara Pencatatan dan Pelaporan Keuangan dan Pelaporan Sumbangan Dapat Dikurangkan dari Penghasilan Bruto" diakses 23 Oktober 2020.  
<https://jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2011/76~PMK.03~2011Per.HTM#:~:text=%3A,PERATURAN%20MENTERI%20KEUANGAN%20TENTANG%20TATA%20CARA%20PENCATATAN%20DAN%20PELAPORAN%20SUMBANGAN,DAPAT%20DIKURANGKAN%20DARI%20PENGHASILAN%20BRUTO>.
- Ortas, E dan Isabel Gallego. 2020. "Bridging The Gap Between Corporate Social Responsibility Performance and tax aggressiveness. The Moderating Role of National Culture.*University of Salamanca, Salamanca, Spain.Instituto Multidisciplinar de Empresa (IME)*.

Rahayu, S. K. 2010. *Perpajakan Indonesia: kosep dan aspek formal*. Yogyakarta: *Graha Ilmu*.

Rizki, N. A. 2018. "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Corporate Governance Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2016)" Skripsi, Universitas Islam Indonesia.

Tiaras, et al. 2015. "Pengaruh Likuiditas, Leverage, Manajemen Laba, Komisaris Independen dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak." *Jurnal Akuntansi* 19 (3).



# LAMPIRAN



## LAMPIRAN 1

### DAFTAR PERUSAHAAN Tahun 2017-2019

NO	KODE	NAMA PERUSAHAAN
1	<b>CAMP</b>	PT. CAMPINA ICE CREAM INDUSTRI Tbk
2	<b>CEKA</b>	PT WILMAR CAHAYA INDONESIA Tbk
3	<b>CLEO</b>	PT SARIGUNA PRIMATIRTA Tbk
4	<b>DLTA</b>	PT DELTA DJAKARTA Tbk
5	<b>HOKI</b>	PT BUYUNG POETRA SEMBADA Tbk
6	<b>INDF</b>	PT INDOFOOD SUKSES MAKMUR Tbk
7	<b>MLBI</b>	PT MULTI BINTANG INDONESIA Tbk
8	<b>MYOR</b>	PT MAYORA INDAH Tbk
9	<b>ROTI</b>	PT NIPPON INDOSARI CORPINDO Tbk
10	<b>SKLT</b>	PT SEKAR LAUT Tbk
11	<b>STTP</b>	PT SIANTAR TOP Tbk
12	<b>ULTJ</b>	PT ULTRAJAYA MILK INDUSTRI& TRADING COMPANY Tbk

## LAMPIRAN 2

KODE	TAHUN	CSR	SAINGAN	ROA	LEVERAGE	SIZE	ETR
<b>CAMP</b>	2017	0.795	0.847%	3.585%	0.308	27.823	0.256
<b>CEKA</b>	2017	0.449	3.816%	7.713%	0.352	27.962	0.250
<b>CLEO</b>	2017	0.526	0.551%	7.592%	0.549	27.217	0.195
<b>DLTA</b>	2017	0.667	0.001%	20.865%	0.146	21.017	0.242
<b>HOKI</b>	2017	0.654	1.084%	8.313%	0.175	27.081	0.255
<b>INDF</b>	2017	0.846	62.899%	5.766%	0.467	32.113	0.331
<b>MLBI</b>	2017	0.769	3.038%	52.670%	0.576	28.551	0.257
<b>MYOR</b>	2017	0.692	18.655%	10.934%	0.507	30.333	0.254
<b>ROTI</b>	2017	0.782	2.232%	2.969%	0.381	29.148	0.273
<b>SKLT</b>	2017	0.603	0.819%	3.610%	0.517	27.179	0.161
<b>STTP</b>	2017	0.256	2.532%	9.222%	0.409	28.482	0.251
<b>ULTJ</b>	2017	0.782	4.373%	13.721%	0.189	29.277	0.307
<b>CAMP</b>	2018	0.795	0.801%	6.168%	0.118	27.635	0.263
<b>CEKA</b>	2018	0.641	3.025%	7.926%	0.165	27.787	0.249
<b>CLEO</b>	2018	0.641	0.693%	7.586%	0.238	27.449	0.222
<b>DLTA</b>	2018	0.679	0.001%	22.063%	0.157	21.144	0.234
<b>HOKI</b>	2018	0.705	1.192%	11.886%	0.258	27.355	0.253
<b>INDF</b>	2018	0.833	61.165%	5.140%	0.483	32.201	0.334
<b>MLBI</b>	2018	0.782	2.979%	42.388%	0.596	28.692	0.267
<b>MYOR</b>	2018	0.744	20.052%	10.007%	0.514	30.498	0.261

<b>ROTI</b>	2018	0.795	2.306%	2.894%	0.336	29.111	0.320
<b>SKLT</b>	2018	0.628	0.871%	4.276%	0.546	27.340	0.192
<b>STTP</b>	2018	0.308	2.356%	9.695%	0.374	28.598	0.214
<b>ULTJ</b>	2018	0.782	4.561%	12.628%	0.141	29.346	0.261
<b>CAMP</b>	2019	0.769	0.813%	7.258%	0.115	27.687	0.229
<b>CEKA</b>	2019	0.590	2.465%	15.466%	0.188	27.963	0.244
<b>CLEO</b>	2019	0.654	0.860%	10.501%	0.385	27.850	0.241
<b>DLTA</b>	2019	0.705	0.001%	22.287%	0.149	21.078	0.229
<b>HOKI</b>	2019	0.731	1.306%	12.222%	0.244	27.467	0.270
<b>INDF</b>	2019	0.846	60.502%	6.136%	0.437	32.197	0.325
<b>MLBI</b>	2019	0.795	2.932%	41.632%	0.604	28.695	0.259
<b>MYOR</b>	2019	0.744	19.769%	10.712%	0.480	30.577	0.246
<b>ROTI</b>	2019	0.769	2.636%	5.052%	0.339	29.175	0.319
<b>SKLT</b>	2019	0.628	1.012%	5.683%	0.519	27.396	0.208
<b>STTP</b>	2019	0.372	2.775%	16.748%	0.255	28.689	0.205
<b>ULTJ</b>	2019	0.782	4.930%	15.675%	0.144	29.519	0.247

### LAMPIRAN 3

Tabel 4.6. F hitung

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.033	5	.007	9.225	.000 <sup>b</sup>
	Residual	.022	30	.001		
	Total	.055	35			

a. Dependent Variable: ETR

b. Predictors: (Constant), SIZE, ROA, CSR, LEVERAGE, SAINGAN

Sumber: Olah Data, 2020.

Tabel 4.6 R- Square

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.778 <sup>a</sup>	.606	.540	.026835	2.389

a. Predictors: (Constant), SIZE, ROA, CSR, LEVERAGE, SAINGAN

b. Dependent Variable: ETR

Sumber: Olah Data, 2020