

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI

Zulia Hanum¹, Jihan Faradila^{2*}

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
zuliahhanum@umsu.ac.id, ihanfaradila02@gmail.com

*Corresponding Author

Diajukan : 23 Agustus 2022
Disetujui : 31 Agustus 2022
Dipublikasi : 1 January 2023

ABSTRACT

The phenomenon of the presentation of financial statements related to the social responsibility of food and beverage companies on the Indonesia Stock Exchange has increased but the food and beverage companies are still doing tax evasion. In 2015-2019 several food and beverage companies showed that corporate social responsibility towards society cannot be done to stop tax evasion otherwise. This study aims to determine the effect of corporate social responsibility on tax aggressiveness in food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2015 – 2019. This type of research is quantitative research. The sampling technique was carried out using purposive sampling technique. So that the sample obtained was 11 food and beverage companies listed on the IDX in 2015 - 2019 with a total of 55 data observations for 5 years of observation. The data collection technique used is documentation. The data analysis technique used in this research is descriptive statistics, simple linear regression analysis and hypothesis testing with SPSS 26 software tools. In descriptive statistics the minimum value of corporate social responsibility is 0.050 and the maximum value is 0.350 while the minimum value of tax aggressiveness is 0.185 and the maximum value is 0.349. The results of this study indicate that corporate social responsibility has an effect on tax aggressiveness.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Tax Aggressiveness*

PENDAHULUAN

Agresivitas pajak dapat didefinisikan sebagai semua upaya yang dilakukan oleh manajemen untuk menurunkan jumlah beban pajak dari yang seharusnya dibayar oleh perusahaan. Menurut Suyanto & Supramono (2012), agresivitas pajak perusahaan adalah suatu tindakan merekayasa pendapatan kena pajak yang dilakukan perusahaan baik dengan cara yang legal (tax planning) maupun dengan cara ilegal (tax evasion). agresivitas pajak sebagai kegiatan perencanaan pajak semua perusahaan yang terlibat dalam usaha mengurangi tingkat pajak yang efektif.

Penerimaan pajak di Indonesia merupakan sumber pendapatan penting dalam menopang anggaran penerimaan negara. Pendapatan negara memiliki peranan penting dalam menjalankan roda pemerintahannya guna memenuhi kebutuhan masyarakat (Hanum, 2019). Perpajakan tetap menjadi kontributor pertama dalam pencapaian realisasi pendapatan negara tiap tahunnya. Penerimaan pajak dimanfaatkan untuk meningkatkan pembangunan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta pembiayaan negara yang lain sehingga harus dikelola dengan baik oleh pemerintah. Tetapi penerimaan pajak yang menjadi sumber pendapatan terbesar negara tidak sesuai dengan target yang telah ditentukan oleh pemerintah. Berikut ini adalah tabel penerimaan pajak dari tahun 2017 hingga 2019.

Tabel 1. Penerimaan Pajak Tahun 2017 – 2019
 (Dalam Triliun Rupiah)

Keterangan	2017	2018	2019
Penerimaan Pajak	1.151.028	1.313.322	1.332.660
Target Penerimaan Pajak	1.283.565	1.423.995	1.577.560
Penerimaan Per Tahun	89,70 %	92,23 %	84,48%

Sumber : Laporan Tahunan DJP

Berdasarkan tabel diatas, penerimaan pajak dari tahun 2017 - 2019 tidak sesuai dengan target penerimaan pajak yang telah ditentukan. Pada tahun 2019 realisasi penerimaan pajak tumbuh 1,47 % pertumbuhan ini lambat dibandingkan tahun 2018 yang mampu mencapai 14,10 %. Menteri Keuangan (Menkeu) Sri Mulyani Indrawati menyebutkan rasio pajak di Indonesia masih rendah dan salah satu penyebabnya karena tingkat kepatuhan masyarakat membayar pajak yang juga masih rendah. Bahkan ada masyarakat yang masih menganggap membayar pajak bukan suatu kewajiban bahkan bentuk penajahan (finance.detik.com). Sejalan dengan pendapat *Organisation For Economic Co-Operation And Development* (OECD) dalam bukunya yang berjudul *revenue statistic in asia and pacific economies 2019*, dimana tax ratio Indonesia paling rendah di Asia Pasifik dan salah satu penyebab rendahnya adanya penghindaran pajak serta basis pemajakan yang rendah.

Dalam praktiknya banyak wajib pajak yang masih melakukan perlawanan pajak secara agresif. Perlawanan pajak secara agresif ialah tax avoidance (penghindaran pajak), Penghindaran pajak adalah upaya mengurangi pajak yang dilakukan secara legal dan aman bagi wajib pajak karena tidak akan bertentangan dengan ketentuan perpajakan yang dimana metode maupun teknik yang digunakan lebih cenderung memanfaatkan kelemahan-kelemahan yang terdapat dalam undang-undang dan peraturan perpajakan itu sendiri yang sangat berguna untuk memperkecil jumlah pajak yang terutang (Pohan, 2013).

Salah satu faktor yang mempengaruhi agresivitas pajak yaitu corporate social responsibility dimana menurut Jessica, & Toly (2014), perusahaan yang melakukan agresivitas pajak akan berdampak terhadap penerimaan negara yang menjadi berkurang dari jumlah seharusnya kekurangan pendapatan negara dari agresivitas pajak ini menyebabkan kerugian bagi masyarakat secara keseluruhan dimana pandangan masyarakat terhadap perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas adalah perusahaan yang tidak bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan atau yang disebut corporate social responsibility.

Sedangkan menurut Lanis, R., & Richardson (2012), corporate social responsibility merupakan faktor signifikan yang mempengaruhi agresivitas pajak perusahaan melalui dewan direksi. Corporate social responsibility juga dapat mempengaruhi agresivitas pajak pada rekening perusahaan serta mengarahkan sistem dan prosesnya yang berkaitan dengan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Sebagai data awal peneliti menyajikan corporate social responsibility dan agresivitas pajak (ETR) dari beberapa perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.

Tabel 2.

Corporate Social Responsibility Dan Agresivitas Pajak

NO	KODE PERUSAHAAN	TAHUN	CSR	AGRESIVITAS PAJAK (ETR)
1	MLBI	2015	0,18	0,265
		2016	0,35	0,272
		2017	0,29	0,320
		2018	0,36	0,277
		2019	0,59	0,279
		2015	0,16	0,271
		2016	0,22	0,256

2	ICBP	2017	0,20	0,257
		2018	0,45	0,267
		2019	0,52	0,259
3	ROTI	2015	0,10	0,285
		2016	0,09	0,243
		2017	0,14	0,273
		2018	0,14	0,320
		2019	0,13	0,319
4	STTP	2015	0,05	0,200
		2016	0,05	0,200
		2017	0,05	0,251
		2018	0,05	0,214
		2019	0,08	0,205
5	ULTJ	2015	0,13	0,253
		2016	0,14	0,239
		2017	0,10	0,306
		2018	0,14	0,261
		2019	0,07	0,247

Berdasarkan tabel 2. diatas dapat dilihat bahwa beberapa perusahaan makanan dan minuman menunjukkan adanya peningkatan nilai *corporate social responsibility*, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan makanan dan minuman semakin baik dalam tanggung jawab sosial terhadap masyarakat akan tetapi nilai agresivitas pajak perusahaan makanan dan minuman justru semakin meningkat, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan makanan dan minuman masih berupaya untuk melakukan penghindaran terhadap pajak yang akan dibayarkan. Dimana hal ini tidak sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Watson (2015), perusahaan dengan tingkat *corporate social responsibility* yang rendah merupakan perusahaan yang tidak bertanggung jawab secara sosial sehingga akan melakukan tindakan perencanaan pajak yang lebih agresif dibandingkan perusahaan yang sadar sosial atau memiliki tingkat *corporate social responsibility* yang lebih tinggi, dikarenakan pajak merupakan sumber pendapatan negara untuk mensejahterakan masyarakat.

Hal ini sejalan dengan penelitian Lanis, R., & Richardson (2012) & Sari (2018), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin meningkatnya nilai *corporate social responsibility* maka semakin kecil perusahaan melakukan agresivitas pajak, dikarenakan tanggung jawab sosial dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan sehingga kinerja perusahaan dimata masyarakat semakin baik. Sedangkan hasil penelitian Yoehana (2013), menunjukkan tidak adanya pengaruh antara *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak.

Berdasarkan uraian yang telah disajikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul : “Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015 - 2019”

STUDI LITERATUR

Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak adalah suatu tindakan yang memiliki tujuan guna meminimalisir laba kena pajak perusahaan melalui perencanaan pajak, baik dengan cara tax avoidance (legal) maupun tax evasion (illegal). Menurut Rusydi, M. K., & Martani (2014), agresivitas pajak adalah tindakan yang tidak hanya berasal dari ketidakpatuhan para wajib pajak terhadap peraturan perpajakan, tetapi juga berasal dari kegiatan penghematan yang sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Corporate Social Responsibility

Menurut Kuriah, H., & Asyik (2016), corporate social responsibility merupakan suatu tindakan yang digunakan perusahaan dalam melakukan agresivitas pajak dengan mengeluarkan biaya-biaya penelitian sebagai pengurang pendapatan, karena pajak memperbolehkan biaya penelitian sebagai biaya yang dimasukkan ke dalam laporan CSR.

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan stakeholders, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum. Menurut Heri (2013), corporate social responsibility adalah komitmen perusahaan dalam memberikan kontribusi jangka panjang terhadap suatu kasus tertentu di masyarakat atau lingkungan untuk dapat menciptakan lingkungan yang lebih baik.

Implementasi (CSR) yang dilakukan oleh masing-masing perusahaan sangat tergantung kepada misi, budaya, lingkungan dan profil risiko serta kondisi operasional masing-masing perusahaan. Banyak perusahaan yang telah melibatkan diri dalam aktifitas-aktifitas yang berkaitan dengan pelanggan, karyawan, komunitas dan lingkungan sekitar, merupakan titik awal yang baik menuju (CSR) yang lebih luas. Untuk melakukan penilaian CSR sebagai acuan, indikator yang digunakan adalah GRI G4. Indikator GRI G4 terdiri dari 6 kategori pengungkapan, yaitu ekonomi, lingkungan, sosial, hak asasi manusia, masyarakat dan tanggung jawab atas produk. Indikator GRI ini dipilih karena merupakan pedoman yang sering digunakan sampai saat ini. Adapun rumus pengukuran GRI G4 sebagai berikut :

$$CSR Dj = \frac{\sum Xij}{nj}$$

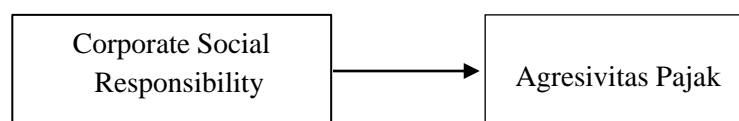
Keterangan :

- CSR Dj : Corporate social responsibility disclosure index perusahaan j
- Nj : Jumlah item untuk perusahaan j, nj 91
- Xij : 1 jika item yang diungkapkan ada dalam laporan tahunan dan 0 jika item yang diungkapkan tidak ada

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak

Menurut Januri (2009), agresivitas pajak adalah proses merekayasa usaha dan transaksi Wajib Pajak agar utang pajak berada dalam jumlah yang minimal, tetapi masih dalam bingkai peraturan perpajakan. Namun demikian agresivitas pajak juga dapat diartikan sebagai perencanaan pemenuhan kewajiban perpajakan secara lengkap, benar, dan tepat waktu sehingga secara optimal dapat menghindari pemborosan sumber daya. Agresivitas pajak ini berkaitan dengan *corporate social responsibility* dimana semakin meningkat CSR maka semakin berkurang agresivitas pajak yang dibuktikan dengan beberpa beberapa penelitian terdahulu.

Menurut Sari (2018) sebagai peneliti terdahulu dengan judul penelitian “Pengaruh Pengungkapan *corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2012-2016” yang menunjukkan hasil bahwa Corporate social responsibility dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak baik secara parsial maupun simultan, sama halnya dengan penelitian terdahulu yang menyatakan adanya pengaruh Corporate social responsibility terhadap agresivitas pajak menurut Yoehana (2013) dan Madarina & Ardiyanto (2019) karena dimana semakin meningkat CSR maka semakin berkurang agresivitas pajak.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara terhadap masalah yang akan diuji kebenarannya, melalui analisis data yang relevan dan kebenarannya akan diketahui setelah

dilakukan penelitian. Pada penelitian ini hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut :
Corporate social responsibility berpengaruh terhadap agresivitas pajak Pada tahun 2015-2019.

METODE

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menjelaskan pengaruh variabel independen yaitu corporate social responsibility terhadap agresivitas pajak. Menurut Sugiyono (2016), data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka. Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu berupa data Corporate Social Responsibility Perusahaan yang terdapat di dalam laporan keuangan.

Sumber Data

Sumber data yang diperoleh untuk menjadi bahan analisis adalah data sekunder berupa laporan keuangan (annual report) perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2015 - 2019.

Populasi Dan Sampel

Menurut Sugiyono (2016), "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Adapun jumlah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia adalah 30 perusahaan.

Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2015 -2019, yang memenuhi kriteria sampel. Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan sampel yang berdasarkan pada kriteria tertentu. Kriteria tersebut antara lain sebagai berikut :

- (a) Perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan keuangan selama periode pengamatan dari tahun 2015 – 2019.
- (b) Perusahaan memiliki laba yang bernilai positif pada periode tahun 2015 – 2019.
- (c) Perusahaan yang tidak mengungkapkan data corporate social responsibility dan agresivitas pajak tahun 2015 - 2019

Berdasarkan kriteria penentuan sampel diatas maka di temukan 11 sampel yang memenuhi kriteria. Berikut daftar perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang akan dijadikan sampel pada penelitian ini

Metode Pengumpulan Data

Teknik Dokumentasi, yaitu dengan cara mengumpulkan data sekunder yang telah terdokumentasi pada situs website Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul untuk mempermudah memahami variabel-variabel yang digunakan serta mengetahui nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata, dan standar deviasi seluruh variabel.
2. Uji normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.
3. Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.
4. Uji t dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing- masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat

signifikansi 0,05 (Ghozali, 2016).

- Koefisien Determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

HASIL

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif ini bertujuan untuk memberikan informasi mengenai karakteristik variabel penelitian yang utama dan data demografi responden. Adapun hasil statistik pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3. Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	55	,050	,350	,18509	,078666
Agresivitas Pajak	55	,185	,349	,26482	,043223
Valid N (listwise)	55				

Sumber : Hasil SPSS v. 26 (data diolah penulis,2021)

- Corporate Social Responsibility

Dari tabel 3. dapat diketahui bahwa nilai minimum *corporate social responsibility* sebesar 0,050 dan nilai maksimumnya sebesar 0,350. Nilai mean 0,18509 dan standar deviasi sebesar 0,078666.

- Agresivitas Pajak

Dari tabel 3. dapat diketahui bahwa nilai minimum agresivitas pajak sebesar 0,185 dan nilai maksimumnya sebesar 0,349. Nilai mean (rata-rata) sebesar 0,26482 dan standar deviasi sebesar 0,043223.

Uji Normalitas

Dalam penelitian ini alat yang digunakan untuk melakukan uji normalitas, yaitu dengan menggunakan tabel One Kolmogorov-Smirnov Test dan Grafik Normal Probability Plot (P-Plot)., Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

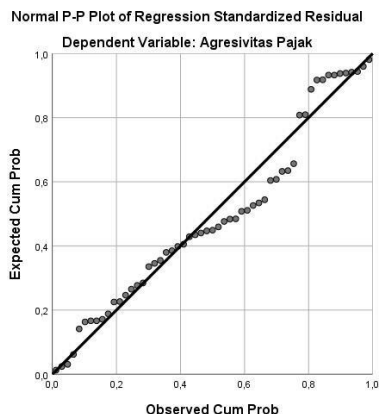
		Unstandardized Residual
N		55
Normal Parameters ^b	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,04068923
Most Extreme Differences	Absolute	,128
	Positive	,128
	Negative	-,101
Test Statistic		,128
Asymp. Sig. (2-tailed)		,085 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig. (- 2tailed) lebih dari 0,05 yaitu sebesar 0,085 yang berarti bahwa data telah berdistribusi normal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi telah lolos uji normalitas. Kemudian dapat diukur dengan grafik normal probability spot seperti gambar dibawah ini :



Gambar diatas menunjukkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi yang telah dikemukakan sebelumnya, sehingga data di dalam model regresi ini cenderung normal.

Regresi Linear Sederhana

Dalam menganalisis data digunakan analisis regresi linear sederhana. Dimana analisis sederhana berguna untuk mengetahui pengaruh dari masing- masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS versi 26.

Tabel 5. Hasil Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,231	,014		16,155	,000
	CSR	,185	,071	,337	2,609	,012

a. Dependent Variable: Agresivitas Pajak

Sumber : Hasil SPSS v. 26 (data diolah penulis, 2021)

Dari tabel diatas maka diketahui nilai-nilai sebagai berikut : konstanta = 0,231 CSR = 0.185. Hasil tersebut dimasukkan ke dalam persamaan regresi linier sederhana sehingga diketahui persamaan berikut :

$$Y = 0,231 + 0,185X$$

1. Konstanta sebesar 0,231 dengan arah hubungannya positif menunjukkan bahwa apabila variabel independen dianggap konstan maka agresivitas pajak telah mengalami peningkatan sebesar 0,231.
2. β_1 sebesar 0,185 dengan arah hubungannya positif menunjukkan bahwa setiap kenaikan CSR maka akan diikuti oleh peningkatan agresivitas pajak (ETR) sebesar 0,185 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis t

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikansi 0,05.

Tabel 6. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,231	,014		16,155	,000
	CSR	,185	,071	,337	2,609	,012

a. Dependent Variable: Agresivitas Pajak

Sumber : Hasil SPSS v. 26 (data diolah penulis, 2021)

Variabel corporate social responsibility memiliki tanda positif dengan thitung sebesar 2,609 Sedangkan ttabel untuk taraf signifikansi 5% adalah $df = n-k-1, 55-1-1 = 53$ sebesar 2,005 maka nilai thitung > ttabel. Nilai signifikan variabel corporate social responsibility sebesar 0,012. Artinya nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Karena nilai thitung > ttabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka corporate social responsibility memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak. Dengan demikian hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima, yaitu corporate social responsibility berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Uji Koefisien Determinasi (R2)

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai R square.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,337 ^a	,114	,097	,04107
a. Predictors: (Constant), CSR				

Sumber : Hasil SPSS v. 26 (data diolah penulis, 2021)

Berdasarkan hasil tabel 7. diatas dapat dilihat bahwa nilai dari R Square (R2) sebesar 0,114. Artinya bahwa hubungan antara variabel independen yaitu corporate social responsibility dengan variabel dependen yaitu agresivitas pajak sebesar 11,4 %.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis, bahwa corporate social responsibility berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan hasil analisis dapat dinyatakan bahwa corporate social responsibility berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil pengujian yang menunjukkan bahwa nilai thitung > ttabel yaitu 2,609 > 2,005. Kemudian nilai signifikansi variabel corporate social responsibility lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,012. Maka artinya corporate social responsibility berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Dengan demikian hipotesis diterima, semakin baik pengungkapan corporate social responsibility maka semakin tinggi tingkat agresivitas pajak perusahaan tersebut. Menurut Lanis, R., & Richardson (2012), perusahaan yang memiliki tingkat agresivitas pajak yang tinggi akan cenderung membuat pengungkapan CSR yang baik karena perusahaan tersebut berusaha menutupi tindakan agresivitas pajak yang dilakukan. Hal ini menunjukkan bahwa meningkatnya nilai corporate social responsibility akan meningkatkan perusahaan dalam melakukan agresivitas pajak

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jananti, N. W. R., & Setiawan (2018), Florensia et al, (2015), Utari dan Rohman (2016) serta Aryudanto (2016). Suatu perusahaan yang memiliki tingkat agresivitas pajak tinggi akan mengungkapkan informasi corporate social responsibility lebih besar untuk memperoleh legitimasi dari masyarakat. Tindakan agresivitas pajak merupakan tindakan yang tidak sesuai dengan harapan masyarakat dan memiliki dampak negatif terhadap masyarakat. Pandangan negatif masyarakat terhadap perusahaan, berpotensi terhadap hilangnya legitimasi perusahaan yang akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini mendorong perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya lebih luas sehingga dapat mengurangi dampak negatif yang ditimbulkan dari kegiatan agresivitas pajak.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 – 2019 dapat disimpulkan bahwa corporate social responsibility berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di

Bursa Efek Indonesia tahun 2015 – 2019. Penelitian ini melalui beberapa pengujian yaitu Statistik deskriptif, Uji normalitas data, Analisis regresi linear sederhana yang terdiri dari Uji t dan Koefisien Determinasi (R²)

REFERENSI

- Aryudanto, H. (2016). *Analisis Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Pengukuran Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Pada Perusahaan Non Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2014)*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Florensia, Winda, & Hardiningsih, P. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Media Exposure Terhadap Agresivitas Pajak. *Dinamika Akuntansi Keuangan & Perbankan*, 4(2), 136–151.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Universitas Diponegoro.
- Hanum, Z. (2019). *Pengantar Perpajakan*. Medan: Perdana Mulya Sarana.
- Heri. (2013). *Akuntansi Dan Rahasia Dibaliknnya Untuk Para Manajer Non Akuntansi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Jananti, N. W. R., & Setiawan, P. E. (2018). Pengaruh Agresivitas Pajak Pada Corporate Social Responsibility Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 24(1), 170–195.
- Januri. (2009). *Analisis Penerapan Tax Planning Atas Pph Badan Pada Pt Perkebunan Nusantara III*.
- Jessica, & Toly, A. A. (2014). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak. *Tax & Accounting*, 4(1).
- Kuriah, H., & Asyik, N. (2016). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak. *Ilmu Dan Riset*, 05(03).
- Lanis, R., & Richardson, G. (2012). Corporate Social Responsibility And Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis. *Journal Of Accounting And Public Policy*, 14(3), 611–645.
- Madarina, A. & M. D. A. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Non Keuangan Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2013-2017). *Diponegoro Journal Of Accounting*, 8(4).
- Pohan, C. A. (2013). *Manajemen Perpajakan : Strategi Perencanaan Pajak & Bisnis*.
- Rusydi, M. K., & Martani, D. (2014). *Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Aggressive Tax Avoidance*. Sna 17 Universitas Mataram, Lombok.
- Sari, S. M. (2018). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016)*.
- Sugiyono, P. D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. In Alfabeta, Cv.
- Suyanto, K. D., & S. (2012). *Pengaruh Likuiditas, Leverage, Komisaris Independen, Dan Manajemen Laba Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan*. 16(2). 16(2).
- Watson, L. (2015). Corporate Social Responsibility, Tax Avoidance, And Earnings Performance. *American Accounting Association*, 37(02), 1–21.
- Yoehana. (2013). *Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas*.