

**PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOSIAL  
RESPONSIBILITY (CSR) DAN MANJEMEN LABA TERHADAP  
AGRESIVITAS PAJAK DENGAN UKURAN PERUSAHAAN (SIZE)  
SEBAGAI PEMODERASI  
(STUDI KASUS PADA SEKTOR PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE  
2015-2017)**

**SKRIPSI**



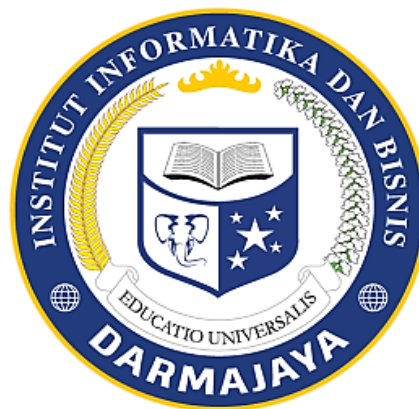
Disusun oleh:  
**NYOMAN MISDIANA**  
**1512110430**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
INSTITUSI INFORMATIKA & BISNIS DARMAJAYA  
BANDAR LAMPUNG  
2019**

**PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOSIAL  
RESPONSIBILITY (CSR) DAN MANJEMEN LABA TERHADAP  
AGRESIVITAS PAJAK DENGAN UKURAN PERUSAHAAN (SIZE)  
SEBAGAI PEMODERASI  
(STUDI KASUS PADA SEKTOR PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE  
2015-2017)**

**SKRIPSI**

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar  
**SARJANA EKONOMI**  
Pada Jurusan Manajemen



Disusun oleh:  
**NYOMAN MISDIANA**  
**1512110430**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
INSTITUSI INFORMATIKA & BISNIS DARMAJAYA  
BANDAR LAMPUNG  
2019**



### PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah hasil karya saya sendiri, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi atau karya pernah ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali secara tertulis dibaca dalam naskah ini dan disebut dalam daftar pustaka. Karya ini adalah milik saya dan pertanggung jawaban sepenuhnya berada di pundak saya.

Bandar Lampung, 20 Januari 2019



**NYOMAN MISDIANA**  
**1512110430**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**JUDUL : PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN MANAJEMEN LABA TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI**

**NAMA : NYOMAN MISDIANA**

**NPM : 1512110430**

**JURUSAN : MANAJEMEN**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam sidang

Tugas Penutup Studi guna memperoleh gelar **SARJANA EKONOMI** pada

**Jurusan MANAJEMEN IIB DARMAJAYA.**



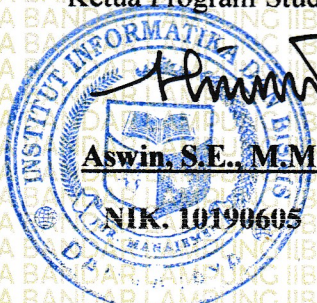
**Disetujui oleh :**

**Pembimbing,**

**Ita Fionita, S.E., M.M.**

**NIK. 11580210**

**Ketua Program Studi,**



**Aswin, S.E., M.M.**

**NIK. 10190605**

## HALAMAN PENGESAHAN

Pada tanggal 12 Maret 2019 Ruan G.1.6 telah diselenggarakan sidang SKRIPSI dengan judul **PENGARUH CORPORATE SOSIAL RESPONSIBILITY DAN MANAJEMEN LABA TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI**. Untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar SARJANA bagi mahasiswa :

**NAMA : NYOMAN MISDIANA**

**NPM : 1512110430**

**JURUSAN : MANAJEMEN**

Dan telah dinyatakan **LULUS** oleh Dewan Penguji yang terdiri dari:

**Nama**

**Status**

**Tanda**

**Tangan**

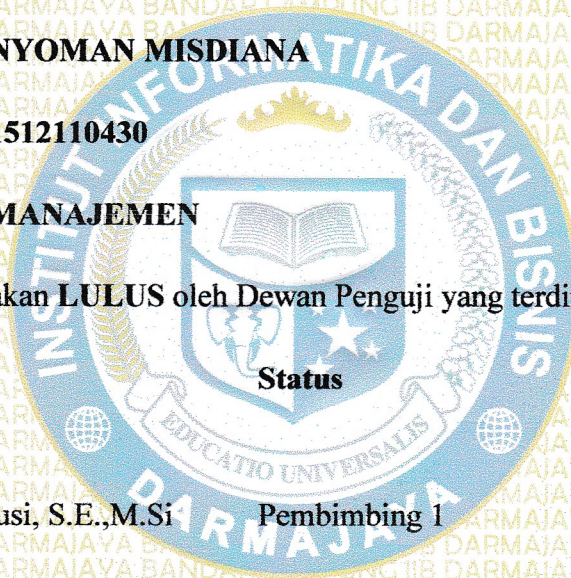
1. Dr. Anuar Sanusi, S.E.,M.Si Pembimbing 1

2. Rico Elhando Badri, SEI., ME Pembimbing 2

Dekan Fakultas Ekonomi&Bisnis IIB Darmajaya

**Prof. Ir.Zulkarnain Lubis,M.S.,Ph.D.**

**NIK. 14580718**



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Penulis lahir di Karang Anyar, kabupaten OKU Timur, Palembang Sumatera Selatan pada tanggal 10 Juli 1997. Penulis putri dari pasangan bapak Made Sukarya dan Ibu Ketut Sueni. Adapun pendidikan yang telah ditempuh oleh penulis antara lain :

1. SD N 3 Karang Mulya, kab. OKU timur dan lulus pada tahun 2009
2. SMP N 2 Semendawai Timur, Kab. OKU T dan lulus pada tahun 2012
3. SMA Xaverius 1 Belitang, Kab. OKU Timur dan lulus tahun 2015

Tahun 2015 penulis melanjutkan pendidikan S1 Ekonomi Manajemen di Kampus IIB Darmajaya Bandar Lampung sampai dengan sekarang sebagai mahasiswa Prodi Manajemen Strata 1 IIB Darmajaya Bandar Lampung.

**PERSEMBAHAN****OM SVASTY ASTU...**

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa....

Bahwa atas taufik dan hidayah-Nya maka penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Terimakasih atas nikmat dan rahmat-Mu yang agung ini, hari ini hamba bahagia. Dengan ridho mu Tuhan Yang Maha Esa.....

Kupersembahkan Kepada...

Ayah dan Ibu yang sangat aku cintai yang selalu memberiku doa, nasihat, motivasi, membimbingku dan membesarkan diri ini dari kecil hingga dewasa, dan sampai di bangku kuliah seperti sekarang ini. Terimakasih...

Ibu Ita Fionita, S.E., M.M., yang senantiasa membantu dan mengajarku hingga skripsi ini selesai, serta dengan sabar membimbingku.

Sahabatku (Fitri purnama sari, Desak Ayu agustina) dan semua teman angkatan 2015 yang selalu mendukung, mengisi keceriaan disaat lelah mulai kurasa. Orang-orang terkasihku Linda Fitriana dan Siti Cholifah, yang tiada henti selalu memberi semangat kepadaku, selalu ada buat aku, terima kasih atas ketulusan kalian

Almamater ku IIB Darmajaya yang telah memberikan banyak kenangan dan wawasan untuk menjadi orang yang lebih baik.

## MOTTO

“Kerahkan hati, pikiran, dan jiwamu ke dalam aksimu yang paling kecil sekalipun. Ini lah rahasia sukses”

-Siwami Sivananda-

“Jika kau tak suka sesuatu, ubahlah!! Jika tak bisa, maka ubahlah cara pandangmu tentangnya”

-Maya Angelou-

“Nikmatilah kehidupan kampus dengan terus mengasah dan perbanyak rasa ingin tahu, jangan habiskan waktu dengan keluh kesah dan kemalasanmu”

-Najwa Shihab-

“Jangan pernah bilang tidak bisa dulu sebelum mencobanya, Jika gagal sekali coba lagi sampai bisa dan jangan bosan. Jangan menyerah semua pasti pernah merasakan apa yang kamu rasakan, jangan putus asa jika ada usaha pasti semua ada balasan yang indah didepanya, semua butuh kerja keras ekstra”

-Nyoman Misdiana-



## ABSTRAK

### PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOSIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN MANJEMEN LABA TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK DENGAN UKURAN PERUSAHAAN (SIZE) SEBAGAI PEMODERASI

(STUDI KASUS PADA SEKTOR PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE  
2015-2017)

Oleh:

Nyoman Misdiana

Persoalan penghindaran pajak masih banyak terjadi dan merupakan persoalan yang rumit dan unik, di satu sisi Agresivitas pajak (penghindaran pajak) diperbolehkan tetapi disisi lain hal ini tidak diinginkan, dan masih banyak terungkap perusahaan yang terkait penghindaran pajak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti secara empiris mengenai pengaruh *corporate social responsibility*, dan manajemen laba terhadap Agresivitas pajak dengan ukuran perusahaan sebagai pemoderasi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode asosiatif klasual dengan teknik analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak sebesar 0.025, tetapi tidak mampu dimoderasi oleh ukuran perusahaan sebesar 0.004, manajemen laba tidak berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak sebesar 0.310, tetapi mampu dimoderasi ukuran perusahaan sebesar 0.020.

**Kata kunci :** *corporate social responsibility*, manajemen laba, agresivitas pajak, ukuran perusahaan

## ABSTRACT

**EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE ON  
EARNINGS MANAGEMENT ON TAX AGGRESSIVENESS THROUGH  
COMPANY SIZE AS THE MODERATING VARIABLE  
(A CASE STUDY ON BANKING COMPANIES INDEXED IN INDONESIA STOCK  
EXCHANGE IN THE PERIOD OF 2015-2017)**

By

**Nyoman Misdiana**

The problem statement of this research was that the tax aggressiveness issue was still committed and became a complex and unique issue. Moreover, this issue was undesirably permitted so that many companies were still exposed to the tax avoidance. The objective of this research was finding out the empirical evidence of the effect of the corporate social responsibility and the earnings management on the tax aggressiveness through the company size as the moderating variable. The method of this research was the associative method. The data analyzing technique used in this research was through the multiple linear regression. The result of this research showed that the corporate social responsibility had a negative, significant effect on the tax aggressiveness by 0.025 but was not able to be moderated by the company size by 0.004; however, the earnings management did not have a positive, significant effect on the tax aggressiveness by 0.310, and was able to be moderated by the company size by 0.020.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility, Earnings Management, Tax Aggressiveness, Company Size



## PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOSIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN MANJEMEN LABA TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK DENGAN UKURAN PERUSAHAAN (SIZE) SEBAGAI PEMODERASI (STUDI KASUS PADA SEKTOR PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2015-2017)”**. skripsi ini disusun dalam rangka menyelesaikan studi pada program manajemen (S-1) di IIB Darmajaya.

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di perguruan tinggi IIB Darmajaya Bandar Lampung. Penulis dalam menyusun skripsi ini tidak lepas dari bantuan banyak pihak karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih dan penghargaan penulis kepada :

1. Bapak Ir. Firmansyah Y. Alfian, MBA., MSc., selaku rector IIB Darmajaya Bandar Lampung
2. Prof. Ir. Zulkarnain Lubis, M.S., Ph., D., selaku dekan fakultas ekonomi&bisnis IIB Darmajaya Bandar Lampung
3. Ibu Aswin, S.E., M.M., selaku ketua jurusan manajemen IIB Darmajaya Bandar Lampung
4. Ibu Ita Fionita, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing utama yang banyak memberikan saran dan petunjuk dalam penyusunan skripsi ini dan dengan sabar dan ikhlas membantu serta mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi sehingga dapat terselesaikan.
5. Para dosen dan Staf jurusan Manajemen IIB Darmajaya atas ilmu yang diajarkan
6. Orangtua ku tercinta dan nenek ku tersayang yang tidak pernah lelah mendo'akan, memberikan semangat dan dukungan. Berusaha dengan

segenap daya upaya serta kesabaran untuk terciptanya keberhasilan masa depanku, semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan kesehatan dan kebahagiaan untuk orangtua dan nenekku tercinta.

7. Kakak-kakakku tercinta Wayan Wisna Wati, Kadek Siantiani, dan adikku tersayang Ketut Nikola Saputra, semoga kesuksesan dan kesehatan selalu menyertai kalian.
8. Terimakasih kepada kesayanganku Made Susanto (Rubent) yang telah menyemangati ku tanpa henti dan memberikan motivasi agar aku bangkit, terimakasih untuk selalu bersamaku, semoga kamu selalu sehat dan sukses selalu, serta dilimpahkan rezeki yang banyak.
9. Terimakasih kepada seluruh keluarga besarku atas doá dan dukungannya dalam penyelesaian skripsi ini
10. Terimakasih kepada sahabat terbaikku yang selalu ada disampingku dan berjuang bersama-sama dari pertama kali masuk kuliah hingga saat ini Fitri Purnama Sari, semoga apa yang kita usahakan berbuah manis dan semoga apa yang kita impi-impikan dapat terwujud
11. Terimakasih kepada adik angkat ku dikontrakan Desak Ayu Agustina yang sudah menemaniku selama ada di Bandar Lampung, semoga selalu sehat dan cepat menyusul tahun depan
12. Terimakasih buat keluarga cemara dan Tim Hore dikontrakan yang sudah menyemangatiku dan memberikan kebahagiaan Elvera, dewi Anggraini.
13. Para rekan rekan satu pembimbing Daryanti, Dinda, Dianti, Ara Lediana, Sri wahyuni, Made Rika, yang selama ini berjuang bersama dan memberikan dukungan serta saling menyemangati.
14. Teman seperjuanganku Ina Vindriani, Mahira Iyasha, Kadek Rica Dwi saechi, Nyoman Yogi, Novita Indriani.
15. Keluarga besar KKN desa selapan Bapak Rionaldi Ali selaku DPL, Jeni Astriani, Putri Diana Sari, Arif Herlambang, Septiawan Ade S, Tandy Yudha Tama, Esa berliana, terimakasih kalian luar biasa dan selalu kompak.

16. Tak lupa terima kasih penulis ucapkan bagi semua pihak yang tidak dapat penulis ungkapkan satu per satu. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu dengan rendah hati dan lapang dada penulis mengharapkan kritik dan sarana yang membangun.

Bandar Lampung, 20 Januari 2019

Penulis,



**Nyoman Misdiana**

**1512110430**

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
MOTTO .....	viii
ABSTRAK .....	ix
PRAKATA.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang Masalah.....	1
1.2    Perumusan Masalah.....	13
1.3    Ruang Lingkup Penelitian .....	13
1.3.1    Ruang Lingkup Subyek .....	13
1.3.2    Ruang Lingkup Obyek.....	13
1.3.3    Ruang Lingkup Tempat .....	14
1.3.4    Ruang Lingkup Waktu.....	14
1.3.5    Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan .....	14
1.4    Tujuan Penelitian.....	14
1.5    Manfaat Penelitian.....	14
1.6    Sistematika Penulisan .....	16
BAB II.....	19
LANDASAN TEORI.....	19
2.1    Kerangka Teori.....	19
2.1.1    Teori agency .....	19

2.1.2 Agresivitas Pajak .....	23
2.1.3 <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	25
2.1.4 Manajemen Laba.....	32
2.1.5 Ukuran Perusahaan .....	41
2.2 Hubungan Antar Variabel .....	45
2.2.1 <i>Corporate Sosial responsibility</i> terhadap agresivitas pajak.....	45
2.2.2 Manajemen Laba Terhadap Agresivitas Pajak .....	46
2.2.3 <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Pemoderasi Ukuran Perusahaan.....	46
2.2.4 Manajemen Laba Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Pemoderasi Ukuran Perusahaan .....	47
2.3 Penelitian Terdahulu.....	48
2.3 Kerangka Pemikiran Umum.....	53
2.5 Hipotesis Penelitian .....	55
BAB III .....	57
METODE PENELITIAN.....	57
3.1 Jenis Penelitian .....	57
3.2 Sumber Data .....	57
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	58
3.4 Populasi Dan Sampel.....	58
3.4.1 Populasi.....	58
3.4.2 Sampel .....	58
3.5 Teknik Analisis Data .....	60
3.5.1 Definisi Operasional Variabel .....	60
3.6 Uji Persyaratan Analisis Data.....	64
3.6.1 Uji Asumsi Klasik.....	64
1. Uji Normalitas .....	64
2. Uji Multikolinearitas .....	65
3. Uji Autokorelasi .....	66
4. Uji heteroskedastisitas.....	66
<b>3.6.2 Analisis Regresi Berganda.....</b>	<b>67</b>

3.6.3 Pengujian Hipotesis .....	68
3.7 Hipotesis Statistik.....	69
3.8 Kerangka Hipotesis .....	73
H1 .....	74
H2 .....	74
H3 .....	74
H4 .....	74
BAB IV .....	75
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	75
4.1 Deskripsi Data Gambaran Umum Objek Penelitian.....	75
4.2 Hasil Penelitian.....	83
4.2.1 Hasil Perhitungan Penelitian .....	83
4.2.2 Hasil Uji Prasyarat Data .....	92
4.2.3 Hasil Analisis Data.....	96
4.3 Pembahasan .....	103
BAB V.....	109
SIMPULAN DAN SARAN .....	109
5.1 Simpulan.....	109
5.2 Saran .....	110
DAFTAR PUSTAKA .....	113



**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	54
Gambar 2 Kerangka Hipotesis .....	74
grafik 1 Agresivitas pajak .....	85
grafik 2 corporate social responsibility .....	88
grafik 3 3 manajemen laba .....	90
grafik 4 ukuran perusahaan .....	92

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	41
Tabel 3.1 Kriteria Sampel .....	59
Tabel 3.2 Daftar Perusahaan Yang Menjadi Sampel Penelitian .....	59
Tabel 3.3 Ringkasan Definisi Operasional Variable Independen .....	63
Tabel 4.1 Agresivitas Pajak .....	84
Tabel 4.2 corporate social responsibility .....	86
Tabel 4.3 manajemen laba .....	89
Tabel 4.4 Ukuran perusahaan .....	91
Tabel 4.5 Uji Normalitas Data .....	93
Tabel 4.6 Uji Multikolinieritas .....	94
Tabel 4.7 Uji Autokorelasi .....	94
Tabel 4.8 Uji Heteroskedastisitas .....	95
Tabel 4.9 Analisis Statistik Deskriptif .....	96
Tabel 4.10 Analisis Regresi Berganda .....	98
Tabel 4.11 Uji T test .....	99
Tabel 4.12 Analisis Regresi Berganda .....	100

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pendapatan Negara memegang peran penting bagi kesejahteraan rakyat. Pendapatan Negara merupakan penerimaan yang diperoleh untuk membiayai dan menjalankan seluruh program pemerintah demi memenuhi kebutuhan masyarakat. Pemerintah sangat berpengaruh dalam mengatur, menstabilkan, dan mengembangkan kegiatan ekonomi Negara. Oleh karena itu, pemerintah membutuhkan dana yang lebih besar untuk melaksanakan pembangunan Negara. Sumber-sumber penerimaan Negara antara lain pajak, retribusi, pinjaman, keuntungan BUMN/BUMD, dan lain-lain. Tetapi, penerimaan Negara yang paling berpotensi adalah bersumber dari penerimaan pajak.

Terdapat pula perbedaan perspektif tentang pajak antara pemerintah dengan manajemen perusahaan. Bagi pemerintah, pajak yang dibayarkan oleh perusahaan merupakan salah satu sumber pendapatan utama. Sebaliknya, bagi perusahaan sebagai wajib pajak badan, pajak merupakan biaya yang akan mengurangi pendapatan. Perbedaan inilah yang menyebabkan tujuan dari perusahaan sebagai wajib pajak bertentangan dengan tujuan pemerintah untuk memaksimalkan penerimaan dari sektor pajak (Dwi Ratmono, 2015).

Perusahaan merupakan salah satu subjek pajak penghasilan, yaitu subjek pajak badan. Meningkatkan nilai adalah tujuan utama yang ingin dicapai setiap perusahaan. Peningkatan atau penurunan nilai perusahaan dapat diukur dengan kinerja keuangan yang dilihat dalam laporan keuangan. Salah satu indikator penting dalam laporan keuangan yang digunakan untuk mengetahui peningkatan nilai perusahaan adalah laba, yakni dihitung dari besarnya laba bersih sebelum pajak dikalikan dengan tarif pajak yang berlaku. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba secara langsung mempengaruhi tarif pajak efektif (Sabrina dan Suprianto, 2012). Pernyataan ini didukung dengan

penelitian yang dilakukan oleh (Derazhid dan Zhang 2003) dan (Lestari 2010), tingkat profitabilitas perusahaan berpengaruh negative terhadap tarif pajak efektif perusahaan, hal ini disebabkan karena semakin efisien sebuah perusahaan. Maka, perusahaan akan membayar pajak lebih sedikit sehingga tarif pajak efektif juga lebih kecil.

Berbagai upaya manajemen perusahaan yang dirancang khusus untuk meminimalkan beban pajak secara agresif merupakan fenomena yang umum di seluruh Negara. Sehingga, Agresivitas pajak dapat didefinisikan sebagai semua upaya yang dilakukan oleh manajemen untuk menurunkan jumlah beban pajak dari yang seharusnya dibayar oleh perusahaan (Lanis dan Richardson, 2012). Sementara, Frank, Lynch dan Rego (2009) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai sebuah tindakan merekayasa pendapatan kena pajak yang dirancang melalui tindakan perencanaan pajak baik menggunakan cara yang tergolong legal (*tax avoidance*) maupun ilegal (*tax evasion*).

Perusahaan yang melakukan berbagai upaya yang termasuk dalam kategori agresivitas pajak dapat menyebabkan citra negatif di mata masyarakat. Agresivitas pajak dalam pandangan masyarakat merupakan suatu kegiatan yang tidak bertanggung jawab secara sosial dan tidak sah (Lanis dan Ricahrdson, 2012). Tindakan perusahaan dalam hal meminimalkan pembayaran pajak tidak sesuai dengan pandangan dan harapan masyarakat karena pajak yang dibayar perusahaan memiliki impikasi penting bagi masyarakat dalam hal pendanaan barang publik seperti pendidikan, kesehatan, infrastruktur, pertahanan nasional, dan sebagainya.

Pajak merupakan kontribusi wajib kepada Negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Negara bagi kemakmuran rakyat ([www.pajak.go.id](http://www.pajak.go.id)). Pembayaran pajak merupakan perwujudan dari kewajiban kenegaraan dan peran serta wajib

pajak untuk secara langsung dan bersama-sama melaksanakan kewajiban perpajakan untuk pembiayaan Negara dan pembangunan nasional.

Fenomena yang terjadi di Indonesia baru-baru ini adalah terdapat perusahaan yang melakukan penghindaran pajak/agresivitas pajak. Penghindaran pajak ini membuat perusahaan tersebut mendapatkan citra negative dari masyarakat dan perusahaan lain sehingga mengganggu aktivitas laba bersih yang terjadi pada perusahaan tersebut. Dapat dilihat pada masalah yang dialami salah satu perusahaan di sektor perbankan yaitu pada kasus yang diterbitkan [www.kontan.co.id](http://www.kontan.co.id) tentang Pelita Cengkareng yang menggugat balik Molucca dan PT Bank Permata Tbk soal penghindaran pajak. Penggugatan ini dilakukan oleh pelita cengkareng secara perdata, pada 19 April 2018 dengan nomor perkara 236/Pdt.G/2018/PN.Jkt.pst di pengadilan negeri Jakarta pusat. Gugatan ini terkait dengan kredit yang dilakukan PT Bank Permata Tbk, mulanya PT Bank Permata Tbk memberikan kredit kepada pelita cengkareng 19 September 2016, kemudian piutang seharusnya akan mulai dibayarkan pada 31 Desember 2017. Tetapi belum mulai dibayarkan, piutang PT Bank Permata Tbk telah dialihkan kepada Lux Masker pada 4 Maret 2017 melalui *Conditional Receivables Sale* dan *Purchase Agreement* atau biasa disebut dengan perjanjian jual beli piutang bersyarat. Kemudian, pada 28 April 2017 Molucca dan PT Bank Permata Tbk bersama-sama menandatangani *novation and amendment to conditional receivables sale and purchase agreement* atau dibidang perjanjian jual beli piutang bersyarat. Akhirnya, pada 5 Mei 2017 Molucca dan PT Bank Permata Tbk melakukan pengalihan piutang melalui akta No. 85 tentang pengalihan piutang (*loan cessie*) yang ditandatangani dihadapan Hasbullah sebagai notaris. Diduga terdapat keuntungan yang didapat dari PT Bank Permata Tbk soal penghindaran pajak diantaranya. Pertama, PT Bank Permata Tbk akan terhindar dari pajak pph sebesar 25% sesuai pasal 27 ayat 2 UU pajak penghasilan. Sementara dalam gugatannya, PT Pelita Cengkareng meminta ganti rugi material senilai Rp 500 miliar, dan

ganti rugi immaterial senilai Rp 1 triliun. Keduanya dengan bunga 6% pertahun sejak gugatan tersebut didaftarkan.

Kasus yang serupa juga pernah dialami oleh PT Bank Century Tbk yang akhirnya berubah menjadi PT Bank Mutiara Tbk. Hal tersebut, menyebabkan citra negative terhadap sector perbankan di Indonesia. Sentiment negative yang muncul dari kasus dugaan penghindaran pajak/agresivitas pajak yang dilakukan PT Bank Permata akan semakin menambah berat beban likuiditas PT Bank Permata. Diperkirakan kasus dugaan penghindaran pajak memiliki dampak terhadap keuangan PT Bank Permata yang merupakan perusahaan induk disektor perbankan. Permasalahan yang terjadi pada PT Bank Permata terkait dugaan penghindaran pajak dapat dijadikan sebagai pelajaran untuk perusahaan-perusahaan lainnya dalam memenuhi kebutuhan likuiditasnya. Perusahaan harus dapat memperkirakan tingkat agresivitas pajak yang tepat supaya dapat mengetahui tingkat dana pajak yang dikeluarkan tanpa mengganggu likuiditas perusahaan.

Agresivitas pajak dapat didefinisikan sebagai semua upaya yang dilakukan oleh manajemen untuk menurunkan jumlah beban pajak dari yang seharusnya dibayarkan oleh perusahaan (Lanis dan Richardson, 2012). Sementara, (Frank, Lynch dan Rego, 2009) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai sebuah tindakan merekayasa pendapatan kena pajak yang dirancang melalui tindakan perencanaan perpajakan baik menggunakan cara yang tergolong legal (*tax avoidance*) maupun illegal (*tax evasion*).

Cara untuk mengukur perusahaan yang melakukan agresivitas pajak yaitu dengan menggunakan proksi *effective tax rates* (ETR). Dimana dengan membandingkan atau membagi beban pajak atau sebelum pajak penghasilan pada total asset (Findiarningtias, 2017). Jika nilai ETR antara 0-1 sehingga dapat mempermudah dalam perhitungan, dimana semakin rendah nilai ETR (mendekati 0) atau antara 0-1 maka perusahaan tersebut dianggap semakin agrsif terhadap pajak. Undang-Undang No.7 tahun 1983 tentang “pajak

penghasilan” telah direvisi melalui penerbitan Undang-Undang No.36 tahun 2008 mengatur perubahan tariff pajak perubahan tariff pajak penghasilan badan, dari sebelumnya tariff progresif menjadi tariff unggul sebesar 25% untuk tahun 2012 dan seterusnya.

Agresivitas pajak merupakan hal yang telah umum terjadi di perusahaan-perusahaan di dunia. Agresivitas pajak adalah aktivitas yang dilakukan untuk meminimalkan beban pajak melalui cara legal, ilegal, atau kedua-duanya. Meskipun tindakan tersebut bertujuan untuk meminimalkan pajak perusahaan, tapi tidak sesuai dengan harapan masyarakat dan kerugian pemerintah. Pembayaran pajak perusahaan seharusnya memiliki implikasi bagi masyarakat dan social karena membentuk fungsi yang penting dalam membantu mendanai penyediaan barang public dalam masyarakat, termasuk hak-hal seperti pendidikan, pertahanan nasional, kesehatan masyarakat, transportasi umum, dan penegakan hukum (Lanis dan Richardson, 2011). Selain itu Lanis dan Richardson (2011) juga menjelaskan, isu yang paling signifikan yang timbul dalam upaya menerapkan prinsip-prinsip CSR untuk pajak perusahaan meliputi tindakan-tindakan yang dapat mengurangi kewajiban pajak perusahaan melalui penghindaran pajak perusahaan dan perencanaan pajak. Lanis dan Richardson (2011) menyebut bahwa agresivitas pajak adalah strategi perusahaan yang tidak sesuai dengan harapan masyarakat. Lanis dan Richardson (2011) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai keinginan dan tindakan meminimalkan beban pajak dengan cara legal, ilegal, atau kedua-duanya. Selain itu, menurut (Haling, 2012) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai kegiatan perencanaan yang terlibat dalam usaha mengurangi tingkat pajak yang efektif. Risiko pajak termasuk risiko membayar pajak kurang dari yang disyaratkan dalam Undang-Undang pajak, dan kerusakan reputasi yang timbul dari kesalahan tersebut dapat mengakibatkan biaya tambahan. Dewan komisaris memiliki kewajiban penting untuk berpartisipasi dalam pengolahan pajak yang berisiko, sehingga terjadi keseimbangan antara resiko dan peluang dalam perusahaan (Richardson et al., 2013). Pajak merupakan komponen

penting dari system manajemen risiko dan pengendalian internal. Aturan yang sama berlaku untuk risiko pajak dalam hal pengakuan dan pengendalian risiko bisnis menjadi tugas dewan (Richardson et al., 2013).

Adapun factor-faktor yang mempengaruhi tingkat agresivitas pajak perusahaan diantaranya, menurut Irvan tiaras dan Henryanto wijaya (2015) Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa manajemen laba dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat agresivitas pajak perusahaan. Sementara untuk likuiditas, leverage, dan proporsi komisaris independen tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat agresivitas pajak perusahaan. Sedangkan menurut Liana Susanto, Yanti dan Viriany (2018) Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa karakteristik perusahaan yang diproksikan dengan tingkat hutang dan ukuran perusahaan, serta corporate governance yang diproksikan dengan kepemilikan pengendali, proporsi komisaris independen, dan ukuran komite audit tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Sementara karakteristik perusahaan yang diproksikan dengan profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Adapun factor lain dari agresivitas pajak seperti hasil penelitian dari Fitri Anita M (2015) menyatakan bahwa, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), leverage, perusahaan. ukuran tidak berpengaruh pada pajak agresif perusahaan. Sementara itu, likuiditas berpengaruh pada pajak agresif perusahaan. Terdapat juga berbagai macam proksi pengukuran agresivitas pajak, antara lain : *effective tax rates (ETR)*, *book tax differences*, *discretionary permanent BTDS (DTAX)*, *Unrecognize tax benefit*, *tax shelter activity*, dan *marginal tax rate*. Dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat agresivitas pajak perusahaan menggunakan proksi yang digunakan (lanis dan Richardson, 2011) yaitu, *effective tax rate (ETR)*. Alasan mengapa menggunakan ETR adalah Karena penelitian-penelitian sebelumnya seperti dyreng et al., (2008); khurana dan moser, (2009); lanis dan Richardson, (2011); haling, (2012); lanis dan Richardson, (2013); Richardson et al., (2013). Telah banyak yang menggunakannya dan indicator ini sementara dinilai



sebagai indicator yang hasilnya paling akurat. Nilai yang rendah dari ETR dapat menjadi indicator adanya agresivitas pajak. Proksi ETR dinilai menjadi indicator adanya agresivitas pajak apabila memiliki ETR yang mendekati nol. Semakin rendah nilai ETR yang dimiliki perusahaan maka semakin tinggi tingkat agresivitas pajak. ETR yang rendah menunjukkan beban pajak penghasilan lebih kecil dari pendapatan sebelum pajak.

Adanya argument yang menyatakan bahwa pajak merupakan biaya bagi perusahaan dan pemilik perusahaan, tidak serta merta membuat perusahaan melakukan tindakan pajak agresif. Hal ini dikarenakan pajak agresif dapat menimbulkan konsekuensi biaya lain, yaitu biaya akibat dari masalah yang timbul akibat adanya masalah keagenan (*agency problem*). Selain itu, mendirikan perusahaan keluarga juga menyuaratkan konflik keagenan yang lebih besar antara pemegang saham besar dan minoritas, dan konflik keagenan yang lebih kecil antara pemilik dan manajer. Sifat dan tingkat konflik keagenan dapat mempengaruhi tingkat pajak agresif (Sari dan Martani, 2010). Masalah keagenan dalam perusahaan tidak selalu sama tingkatannya. Menurut (Sari dan Martani, 2010), perbandingan tingkat keagresifan pajak perusahaan keluarga dan perusahaan keuangan tergantung pada seberapa besar efek manfaat atau biaya yang timbul dari tindakan pajak agresif tersebut terhadap pemilik perusahaan yang berasal dari keluarga sendiri (*family owners*), atau efek yang diterima manajer dalam perusahaan keuangan. Hasil penelitian (Chen et al, 2010), menunjukkan bahwa ternyata tingkat keagresifan pajak perusahaan keluarga lebih kecil dari pada perusahaan keuangan. Hal ini terjadi karena diduga *family owners* lebih rela membayar pajak lebih tinggi, dari pada harus membayar denda pajak dan menghadapi kemungkinan rusaknya reputasi perusahaan akibat audit dari fiskus pajak. Fiskus pajak merupakan petugas pemeriksa pajak.

Topic mengenai agresivitas pajak perusahaan masih cukup jarang diteliti di Indonesia. Sebagian besar penelitian di Indonesia menggunakan agresivitas pajak sebagai variable independen seperti penelitian Octaviana, N.E., dan

Rohman, A. (2014). Serta Rini, D.M handajani, L., dan Sasanti, E.E. (2015). Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan data empiris yang menunjukkan terjadinya penggunaan agresivitas pajak dalam perusahaan keuangan di Indonesia periode 2014-2018. Penelitian Stafford (2001) menyatakan bahwa, meskipun terdapat peningkatan penggunaan pendanaan eksternal, sumber dana internal masih merupakan sumber dominan bagi pembiayaan perusahaan dan pendanaan investasi.

Pada sisi lain, *corporate social responsibility* (CSR) dipandang sebagai suatu tindakan strategik perusahaan dalam rangka memperoleh citra (image) yang baik di mata masyarakat. Lanis dan Richardson (2012) berargumen bahwa CSR dianggap sebagai faktor kunci dalam keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan karena pada hakekatnya aktivitas perusahaan tidak terlepas dari kontrak sosial dengan masyarakat. Untuk mengetahui pengertian CSR, menurut Hasian Purba (2017) sampai sekarang belum ada pengertian tunggal mengenai CSR. Menurut *the world bussines council for sustainable development* (WBCSD), CSR adalah keterpanggilan dunia bisnis untuk bertindak etis dan berkontribusi dalam dunia pembangunan ekonomi berkelanjutan, bersama dengan peningkatan kualitas hidup karyawan beserta keluarganya, sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas setempat dan masyarakat luas. *Corporate social responsibility* yaitu mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan social ke dalam operasinya dan interaksinya dengan stakeholders, yang melebihi tanggung jawab organisasi dibidang hukum.

Pengungkapan *corporate social responsibility* merupakan pengungkapan informasi terkait dengan aktivitas tanggung jawab social perusahaan. Pengungkapan corporate social responsibility diukur dengan menggunakan proksi CSRI (*corporate social responsibility index*) berdasarkan indicator GRI (*global reporting initiatives*) versi 3.1 yang diperoleh dari website ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)). menurut global reporting initiative 3.1 sebagai pedoman pengungkapan laporan social perusahaan, analisis ini

menggambarkan upaya tradisional untuk memperpanjang kredibilitas pelaporan keuangan pada area tanggung jawab social dengan menggunakan standar penyusunan pelaporan yang digunakan secara internasional (Robert dan Koeplin, 2007). Indikator pengungkapan corporate social responsibility yang dipakai dalam penelitian ini mengacu pada penelitian Sembiring (2005). Selanjutnya Sembiring (2005) telah memodifikasi bentuk pengungkapan social (CSR) dari penelitian Hendriksen dan Milne (1996). Secara empiris telah dibuktikan oleh peneliti (Hasian Purba, 2017) yang menyatakan bahwa, pengungkapan corporate social responsibility memiliki pengaruh negative terhadap agresivitas pajak. Hasil penelitian tersebut mendukung temuan Lanis dan Richardson (2012), dan Watson (2012) yang menyatakan bahwa variable pengungkapan corporate social responsibility berpengaruh negative terhadap agresivitas pajak.

Pajak menjadi masalah bagi perusahaan karena membayar pajak akan menurunkan laba bersih perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan akan melakukan manajemen laba guna mengurangi beban pajak (Scott, 2000; Badertscher et al., 2009). Perusahaan lebih mungkin untuk menggunakan pilihan akuntansi yang mengurangi profit (*income decreasing*) yang dilaporkan untuk menurunkan pendapatan kena pajak sehingga perusahaan dapat melakukan penghematan atas beban pajak. Menurut Krisnata Dwi Suyanto dan Supramono (2012), manajemen laba berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan. Analisis statistic deskriptif variable manajemen laba (DA) menggambarkan bahwa selama periode pengamatan, perusahaan sampel terindikasi menurunkan laba perusahaan (*income decreasing*) dengan rata-rata sebesar 3% dari total asset tahun t-1. Hal ini memberikan bukti bahwa selama periode pengamatan, ada kecenderungan bahwa perusahaan melakukan *income decreasing* yang dilakukan maka perusahaan tersebut juga terindikasi berperilaku agresif terhadap pajak perusahaan.

Pengaruh manajemen laba berupa *income decreasing* terhadap agresivitas pajak perusahaan, dapat dijelaskan bahwa laba menjadi patokan untuk mengukur besarnya beban pajak perusahaan. Oleh karena itu, manajemen akan melaporkan laba di sesuaikan dengan tujuan yaitu menggunakan pilihan akuntansi yang mengurangi laba atau *income decreasing* maka semakin kecil pajak yang harus dibayarkan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan yang semakin agresif melakukan manajemen laba berupa *income decreasing* maka perusahaan tersebut juga semakin agresif terhadap pajak. Secara empiris telah dibuktikan oleh peneliti Scott (2000) yang menyatakan bahwa salah satu alasan perusahaan melakukan manajemen laba adalah mendapatkan pembayaran pajak yang paling minimal. Penelitian ini juga mendukung pendapat Watts dan Zimmerman (1990) dan Wulandari (2005), serta penelitian Badertscher, et al. (2009) dimana praktek manajemen laba dilakukan oleh perusahaan sebagai alat untuk melakukan penghindaran regulasi pemerintah (*political cost hypothesis*). Salah satu regulasi pemerintah yang berkaitan langsung dengan laba perusahaan adalah pajak penghasilan badan. Menurut penelitian sebelumnya Reysky Aisyah Arief (2016) juga sependapat dengan penelitian Krisnata Dwi Suyanto dan Supramono (2012) yang menyatakan bahwa manajemen laba berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Namun, hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan Naomi Malem Rehna Ginting, Elly Suryani, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA (2018) yang menyatakan bahwa, manajemen laba (DA) secara parsial tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Indahwati (2017) yang menyatakan bahwa manajemen laba tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak perusahaan. Manajemen laba (DA) menggunakan perhitungan atau pengukuran DA, kebijakan metode akuntansi untuk melaporkan laba sesuai dengan keinginan.

Faktor berikutnya yang dapat memengaruhi aktivitas penghindaran pajak adalah ukuran perusahaan. Total aktiva yang dimiliki perusahaan dapat

digunakan untuk menentukan ukuran perusahaan sehingga semakin besar total aktiva yang dimiliki perusahaan maka akan meningkat juga jumlah produktifitas perusahaan tersebut. Hal ini juga yang berdampak pada laba perusahaan yang semakin meningkat dan memengaruhi tingkat pembayaran pajak. Rego dan Wilson (2009) menemukan dalam penelitiannya bahwa semakin besar perusahaan mengindikasikan bahwa transaksi yang terjadi menjadi lebih kompleks. Ini mengakibatkan perusahaan memanfaatkan peluang yang ada dalam setiap transaksinya demi usaha penghindaran pajak. Tetapi, Ukuran suatu perusahaan diduga dapat memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak dan manajemen laba terhadap agresivitas pajak. Perusahaan besar akan selalu menjadi perhatian sehingga manajer perusahaan akan bersikap patuh dan lebih transparan dalam menyajikan laporan keuangan. Perusahaan besar akan lebih mempertimbangkan resiko dalam mengelola pajaknya. Menurut penelitian yang dilakukan Suriani Ginting (2016) menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan tidak mampu memoderasi (memperkuat atau melemahkan ) pengaruh Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen dan Kompensasi Rugi Fiskal terhadap Penghindaran Pajak.

Banyak perusahaan menghindari pembayaran pajak demi mendapat laba yang besar. Menurut Lanis dan Richardson (2012) pajak adalah faktor pendorong dalam banyak keputusan perusahaan. Mangoting Dalam Pratiwi (2013) menyatakan bahwa manajemen pajak adalah sarana untuk memenuhi kewajiban perpajakan dengan benar tetapi jumlah pajak yang dibayar dapat ditekan serendah mungkin untuk memperoleh laba dan likuiditas yang diharapkan manajemen. Tindakan manajerial yang dirancang untuk meminimalkan pajak perusahaan melalui kegiatan agresif pajak menjadi fitur yang semakin umum di lingkungan perusahaan di seluruh dunia. Disisi lain, Freedom (2003), Landolf (2006), dan Williams (2007) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa perusahaan-perusahaan yang sengaja terlibat dalam

strategis untuk meminimalkan pajak perusahaan merupakan tindakan yang tidak bertanggung jawab secara social.

Tujuan dari penelitian ini adalah menguji generalisasi temuan Lanis dan Richardson (2012) tentang pengaruh pengungkapan CSR terhadap tingkat agresivitas pajak perusahaan dan temuan dari Reysky Aisyah Arief (2016) tentang pengaruh manajemen laba terhadap agresivitas pajak dengan tambahan untuk mengetahui kemampuan ukuran perusahaan sebagai variable moderasi dalam memperkuat atau memperlemah pengaruh corporate social responsibility terhadap agresivitas pajak, dan pengaruh manajemen laba terhadap agresivitas pajak. Kebanyakan penelitian CSR dan agresivitas pajak terdahulu dilakukan dalam konteks bisnis Barat (*common law*) sedangkan manajemen laba juga masih banyak dilakukan dalam konteks luar dan jarang memakai moderasi, sehingga generalisasinya dalam konteks Indonesia masih menjadi pertanyaan penelitian yang penting. Perbedaan konteks institusional yaitu Indonesia termasuk kluster negara-negara *code law* dengan karakteristik antara lain (Leuz dkk., 2003; Djankov, 2008): (a) tingkat perlindungan investor yang lemah, (b) kepemilikan terkonsentrasi, (c) sumber pendanaan utama perusahaan dari bank, dan (d) tingkat manajemen laba yang tinggi. Hal ini mungkin membatasi generalisasi temuan penelitian CSR dan agresivitas pajak terdahulu seperti Lanis dan Richardson (2012) ke dalam konteks Indonesia serta manajemen laba dan agresivitas pajak seperti temuan Reysky Aisyah Arief (2016), dan dengan menggunakan variable moderasi untuk mengetahui kemampuan ukuran perusahaan sebagai variable moderasi dalam memperkuat atau memperlemah pengaruh corporate social responsibility (CSR) dan manajemen laba (DA) terhadap agresivitas pajak pada perusahaan perbankan yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2014-2018. Manfaat Penelitian ini adalah untuk memberikan informasi kepada pihak manajemen untuk lebih berhati-hati dalam melakukan penghindaran pajak. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak pemerintah sebagai terutama lembaga perpajakan dalam membuat kebijakan perpajakan.

Penelitian ini juga diharapkan dapat membantu para investor dalam mempertimbangkan keputusan berinvestasi.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang terjadi, maka judul yang diambil dalam penelitian ini adalah **“PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN MANJEMEN LABA TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK DENGAN UKURAN PERUSAHAAN (SIZE) SEBAGAI PEMODERASI (STUDI KASUS PADA SEKTOR PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2015-2017)”**

## **1.2 Perumusan Masalah**

berdasarkan penjelesan dari latar belakang masalah diatas, dapat diambil permasalahan dari penelitian ini adalah :

1. Apakah *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak?
2. Apakah manajemen laba berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak?
3. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak dengan dimoderasi oleh ukuran perusahaan (SIZE)?
4. Apakah manajemen laba berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak dengan dimoderasi oleh ukuran perusahaan?

## **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

### **1.3.1 Ruang Lingkup Subyek**

Subyek dalam dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang melakukan Agresivitas Pajak, Corporate Sosial Responsibility, Manajemen Laba, dan Ukuran Perusahaan.

### **1.3.2 Ruang Lingkup Obyek**

Obyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI pada periode 2014-2015.

### **1.3.3 Ruang Lingkup Tempat**

Tempat yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui situs [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

### **1.3.4 Ruang Lingkup Waktu**

Ruang lingkup waktu dalam penelitian ini dimulai dari bulan Desember 2018 sampai Januari 2019.

### **1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan**

Ruang lingkup ilmu pengetahuan dari penelitian ini adalah manajemen keuangan, investasi, dan pasar modal.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk dapat membuktikan secara empiris pengaruh *corporate social responsibility* dalam mendeteksi agresivitas pajak pada sector perbankan di Indonesia.
2. Untuk dapat membuktikan secara empiris pengaruh manajemen laba dalam mendeteksi agresivitas pajak pada sector perbankan di Indonesia.
3. Untuk dapat membuktikan secara empiris pengaruh *corporate social responsibility* dalam mendeteksi agresivitas pajak dengan dimoderasi oleh ukuran perusahaan.
4. Untuk dapat membuktikan secara empiris pengaruh manajemen laba dalam mendeteksi agresivitas pajak dengan dimoderasi oleh ukuran perusahaan.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat pada beberapa pihak, diantaranya sebagai berikut :

1. Bagi investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat, dan investor. Sehingga dapat memberikan wawasan mengenai corporate social responsibility terhadap agresivitas pajak, manajemen laba terhadap agresivitas pajak, serta mengetahui pengaruh ukuran perusahaan sebagai



variable moderasi dalam memperkuat atau memperlemah pengaruh antara corporate social responsibility terhadap agresivitas pajak, dan pengaruh manajemen laba terhadap agresivitas pajak.

2. Bagi institusi pendidikan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan literature untuk bidang studi khususnya akuntansi, sehingga dapat memberikan wawasan mengenai corporate social responsibility terhadap agresivitas pajak, manajemen laba terhadap agresivitas pajak, serta mengetahui pengaruh ukuran perusahaan sebagai variable moderasi dalam memperkuat atau memperlemah pengaruh antara corporate social responsibility terhadap agresivitas pajak, dan pengaruh manajemen laba terhadap agresivitas pajak.

3. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan agar perusahaan bisa memaksimalkan pajak, *corporate social responsibility*, atau agresivitas pajak, dan manajemen laba, serta ukurannya menjadi lebih baik.

4. Bagi peneliti

Memberikan wawasan baru tentang pengaruh corporate social responsibility terhadap agresivitas pajak, manajemen laba terhadap agresivitas pajak, serta mengetahui pengaruh ukuran perusahaan sebagai variable moderasi dalam memperkuat atau memperlemah pengaruh antara corporate social responsibility terhadap agresivitas pajak, dan pengaruh manajemen laba terhadap agresivitas pajak dan memberikan referensi bagi penelitian selanjutnya bagi yang melakukan penelitian tentang agresivitas pajak.

5. Bagi pembaca dan penelitian selanjutnya

Penelitian yang dilakukan dapat bermanfaat sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya serta sarana dalam mengembangkan wawasan bagi penulis dan untuk melengkapi proses belajar di IIB darmajaya.

## **1.6 Sitematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran yang cukup jelas tentang penelitian ini maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi mengenai informasi materi serta hal-hal yang berhubungan dengan penelitian ini. Adapun sistematika penelitian tersebut adalah sebagai berikut.

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pendahuluan yang tercantum dalam penelitian ini membahas tentang latar belakang permasalahan, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Tinjauan pustaka yang terkait dalam penelitian ini meliputi landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis. Bab ini memuat tentang teori-teori yang mendukung penelitian yang akan dilakukan dalam penulisan.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang ada dalam penelitian ini meliputi jenis penelitian, sumber data, metode penelitian, populasi dan sampel, variable penelitian, definisi operasional variable, uji persyaratan instrument, uji persyaratan analisis data, metode analisis data, dan pengujian hipotesis.

### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bagian ini memuat uraian hasil analisis yang diperoleh berkaitan dengan landasan teori yang *relevan* dan pembahasan hasil analisis mengenai pengaruh *corporate social responsibility* dan manajemen laba dalam mendeteksi *financial statement fraud*.

### **BAB V : SIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan merupakan rangkuman dari pembahasan, yang sekurang-kurangnya terdiri dari: (1) jawaban terhadap perumusan masalah dan

tujuan penelitian serta hipotesis; (2) hal baru ditemukan dan prospek temuan; (3) pemaknaan teoritik dari hal baru yang ditemukan.

Saran merupakan implikasi hasil penelitian terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan penggunaan praktis. Sekurang-kurangnya memberi saran bagi perusahaan (objek penelitian) dan penelitian selanjutnya, sebagai hasil pemikiran penelitian atas keterbatasan penelitian yang dilakukan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Dalam daftar pustaka memperlihatkan mengenai penelitian sebelumnya yang di jadikan sebagai pedoman dalam penelitian ini.

#### **LAMPIRAN**

Dalam lampiran penelitian ini memaparkan mengenai data-data yang mendukung penelitian ini sehingga data tersebut dipaparkan ke dalam lampiran.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Kerangka Teori

##### 2.1.1 Teori agency

*Agency theory* atau teori agency dapat dipandang sebagai suatu model kontraktual antara dua atau lebih orang (pihak), dimana salah satu pihak disebut agent dan pihak yang lain disebut principal. Principal mendelegasikan pertanggung jawaban atas *decision making* kepada agent, hal ini dapat pula dikatakan bahwa principal memberikan suatu amanah kepada agent untuk melaksanakan tugas tertentu sesuai dengan kontrak kerja yang telah disepakati. Wewenang atau tanggung jawab agent maupun principal diatur dalam kontrak kerja atas persetujuan bersama (Wahyuni, 2013).

Permasalahan yang timbul akibat adanya perbedaan kepentingan antara prinsipal dan agen disebut dengan *agency problems*. Salah satu penyebab *agency problems* adalah adanya *asymmetric information*. *Asymmetric Information* adalah ketidakseimbangan informasi yang dimiliki oleh prinsipal dan agen, ketika prinsipal tidak memiliki informasi yang cukup tentang kinerja agen sebaliknya, agen memiliki lebih banyak informasi mengenai kapasitas diri, lingkungan kerja dan perusahaan secara keseluruhan (Widyaningdyah, 2001) dalam Restie Ningsaptiti (2010).

Jensen dan Meckling (1976) menyatakan permasalahan tersebut adalah:

1. *Moral hazard*, yaitu permasalahan muncul jika agen tidak melaksanakan hal-hal yang disepakati bersama dalam kontrak kerja.
2. *Adverse selection*, yaitu suatu keadaan di mana prinsipal tidak dapat mengetahui apakah suatu keputusan yang diambil oleh agen benar-benar

didasarkan atas informasi yang telah diperolehnya, atau terjadi sebagai sebuah kelalaian dalam tugas.

Jensen dan Meckling (1976) dalam Nella Kartika Nugraheni dan Hanung Triatmoko (2017) menyatakan bahwa hubungan keagenan timbul karena adanya kontrak antara prinsipal dan agen dengan mendelegasikan wewenang untuk mengambil keputusan kepada agen. *Agency theory* memiliki asumsi bahwa antara prinsipal dan agen mempunyai kepentingan sendiri-sendiri sehingga menimbulkan konflik kepentingan (*conflict of interest*) di antara mereka. Prinsipal sebagai pemegang saham menginginkan kinerja keuangan perusahaan meningkat sehingga tingkat pengembalian atas investasinya tinggi sedangkan manajemen yang bertindak sebagai agen juga memiliki kepentingan untuk memaksimalkan kesejahteraannya. Ketika agen memiliki kepentingan untuk memaksimalkan kesejahteraannya, dapat dimungkinkan bahwa agen tidak bertindak sesuai dengan kepentingan prinsipal.

Adanya *conflict of interest* antara *principal* dan *agent* inilah yang memicu *agency problem* yang dapat mempengaruhi kualitas laba yang dilaporkan. Sihombing (2014) menyatakan bahwa dengan adanya *conflict of interest* tersebut, maka *managemen* sebagai agen akan mendapatkan tekanan untuk selalu meningkatkan kinerja perusahaan. Manajemen akan melakukan usaha apapun sehingga dengan berhasilnya manajemen meningkatkan kinerja perusahaan. Dalam hubungan keagenan, manajer memiliki asimetri informasi terhadap pihak eksternal perusahaan seperti kreditur dan investor. Asimetri informasi terjadi ketika manajer memiliki informasi internal perusahaan yang relatif lebih banyak dan mengetahui informasi tersebut lebih cepat dibandingkan pihak eksternal. Asimetri informasi dan konflik kepentingan yang terjadi antara *principal* dan *agent* mendorong agen untuk menyajikan informasi yang tidak sebenarnya kepada *principal*, terutama jika informasi tersebut berkaitan dengan pengukuran kinerja

*agent* (Scott, 2007) dalam Warsidi, Bamabang Agus Pramuka dan Suhartinah (2018).

Menurut Ali et al (2007) dalam Fatmawati (2013), *agency problem* atau masalah keagenan ada dua macam yaitu masalah keagenan Tipe I dan Tipe II. Masalah keagenan Tipe I adalah masalah keagenan yang tidak terlalu parah yang muncul karena pemisahan antara pemegang saham dan manajemen. Masalah keagenan Tipe II adalah masalah keagenan yang lebih parah yang muncul di antara pemegang saham mayoritas dan pemegang saham minoritas. Sampai saat ini telah diketahui ada lima macam hubungan keagenan, yaitu:

1. Manajer vs pemegang saham yaitu pemegang saham menginginkan kenaikan keuntungan, tetapi manajer memiliki kepentingannya sendiri.
2. Manajer vs pemegang utang, yaitu manajer mangutak-atik laporan keuangan agar terlihat bagus sehingga diberi pinjaman.
3. Manajer vs pemerintah, yaitu perusahaan yang besar cenderung diawasi oleh pemerintah.
4. Pemegang saham vs pemegang utang, yaitu manajer diasumsikan bertindak atas nama pemegang saham sehingga manajer bertindak sebagai agen dan pemegang utang sebagai prinsipal.
5. Pemegang saham mayoritas vs pemegang saham minoritas, yaitu pemegang saham mayoritas cenderung mementingkan kepentingannya sendiri dengan mengorbankan kepentingan pemegang saham minoritas.

Teori keagenan (*agency theory*) dipopulerkan oleh Jensen dan Meckling (1996) dalam Imanta (2011). Teori ini muncul ketika ada hubungan kontrak kerja sama antara manager dan pemegang saham yang digambarkan sebagai hubungan antara agent (manajemen), principal (pemegang saham). Hubungan kontrak kerja sama tersebut berupa pemberian wewenang oleh principal kepada agent untuk bekerja demi pencapaian tujuan principal. Manager diangkat oleh pemilik untuk

menjalankan operasional perusahaan karena pemegang saham memiliki keterbatasan dalam mengelola perusahaan.

Pemisahan antara fungsi kepemilikan dan fungsi pengelolaan inilah yang nantinya memicu adanya konflik kepentingan (*agency conflict*). Menurut Vidyantie dan Handayani (2006) dalam Imanta (2011), teori keagenan mengasumsikan bahwa setiap individu dalam perusahaan hanya bertindak atas dasar kepentingan mereka masing-masing. Pemegang saham sebagai *principal* diasumsikan hanya tertarik pada pengembalian yang sebesar-besarnya dan secepat-cepatnya atas investasi mereka, yang salah satunya tercermin dengan kenaikan porsi dividen dari tiap saham yang dimiliki. Sedangkan *agent* diasumsikan termotivasi untuk meningkatkan insentif atau kompensasi yang diperoleh dari setiap kemampuan yang telah dikeluarkan. Pemegang saham menilai kinerja berdasarkan kemampuan manajer dalam menghasilkan laba perusahaan. Sebaliknya, manajer berusaha memenuhi tuntutan pemegang saham untuk menghasilkan laba yang maksimal agar mendapatkan kompensasi atau insentif yang diinginkan. Namun, manajer seringkali melakukan manipulasi saat melaporkan kondisi perusahaan kepada pemegang saham agar tujuannya dapat tercapai. Kondisi perusahaan yang dilaporkan oleh manajer tidak sesuai dengan apa yang sebenarnya terjadi atau tidak mencerminkan keadaan perusahaan yang sesungguhnya. Hal ini disebabkan karena perbedaan informasi yang dimiliki antara manajer dengan pemegang saham. Sebagai pengelola, manajer lebih mengetahui keadaan yang ada dalam perusahaan dari pada pemegang saham. Keadaan tersebut dikenal sebagai asimetri informasi. Menurut Richardson (1998) dalam Suryani (2010), asimetri informasi antara manajemen (*agent*) dengan pemegang saham (*principal*) dapat memberikan kesempatan kepada manajer untuk melakukan perataan laba.

Teori keagenan juga dilandasi oleh beberapa asumsi (Eisenhardt, 1989). Asumsi-asumsi tersebut dibedakan menjadi tiga jenis, yaitu asumsi tentang sifat manusia, asumsi keorganisasian dan asumsi informasi.

1. Asumsi sifat manusia menekankan bahwa manusia memiliki sifat mementingkan diri sendiri (*self-interest*), manusia memiliki daya pikir terbatas mengenai persepsi masa mendatang (*bounded rationality*), dan manusia selalu menghindari resiko (*risk averse*).
2. Asumsi keorganisasian adalah adanya konflik antar anggota organisasi, efisiensi sebagai kriteria efektivitas dan adanya asimetri informasi antara *principal* dan *agent*.
3. Asumsi informasi adalah bahwa informasi sebagai barang komoditi yang dapat diperjualbelikan.

Berdasarkan asumsi sifat dasar manusia dijelaskan bahwa masing-masing individu semata-mata termotivasi oleh kepentingan dirinya sendiri sehingga menimbulkan konflik kepentingan antara prinsipal dan agen. Pihak pemilik (*principal*) termotivasi mengadakan kontrak untuk mensejahterahkan dirinya dengan profitabilitas yang selalu meningkat. Sedangkan manajer (*agent*) termotivasi untuk memaksimalkan pemenuhan ekonomi dan psikologinya, antara lain dalam hal memperoleh investasi, pinjaman, maupun kontrak kompensasi. Dengan demikian terdapat dua kepentingan yang berbeda di dalam perusahaan dimana masing-masing pihak berusaha untuk mencapai atau mempertahankan tingkat kemakmuran yang dikehendaki.

### **2.1.2 Agresivitas Pajak**

Agresivitas pajak merupakan hal yang telah umum terjadi di perusahaan perusahaan di dunia. Agresivitas pajak adalah aktivitas yang dilakukan untuk meminimalkan beban pajak melalui cara legal, ilegal, atau keduanya. Meskipun tindakan tersebut bertujuan untuk meminimalkan pajak perusahaan, tapi tidak sesuai dengan harapan masyarakat dan merugikan pemerintah juga. Pembayaran pajak perusahaan seharusnya memiliki



implikasi bagi masyarakat dan sosial karena membentuk fungsi yang penting dalam membantu mendanai penyediaan barang publik dalam masyarakat, termasuk hal-hal seperti pendidikan, pertahanan nasional, kesehatan masyarakat, transportasi umum, dan penegakan hukum (Lanis dan Richardson, 2011). Selain itu Lanis dan Richardson (2011) juga menjelaskan, isu yang paling signifikan yang timbul dalam upaya menerapkan prinsip-prinsip CSR untuk pajak perusahaan meliputi tindakan-tindakan yang dapat mengurangi kewajiban pajak perusahaan melalui penghindaran pajak perusahaan dan perencanaan pajak. Lanis dan Richardson (2013) menyebutkan bahwa agresivitas pajak adalah strategi perusahaan yang tidak sesuai dengan harapan masyarakat. Lanis dan Richardson (2011) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai keinginan dan tindakan meminimalkan beban pajak dengan cara legal, ilegal, atau keduanya. Selain itu, menurut Hlaing (2012) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai kegiatan perencanaan yang terlibat dalam usaha mengurangi tingkat pajak yang efektif. Risiko pajak termasuk risiko membayar pajak kurang dari yang disyaratkan dalam undang-undang pajak, dan kerusakan reputasi yang timbul dari kesalahan tersebut dapat mengakibatkan biaya tambahan.

$$ETR = \frac{\text{beban pajak penghasilan}}{\text{laba sebelum pajak}} \times 100\%$$

Dengan perusahaan yang memiliki standard ETR antara 0-1 sehingga dapat mempermudah dalam perhitungan, dimana semakin rendah nilai ETR (mendekati 0) atau minimal sebesar 0,10 sedangkan standarisasi keseluruhan *effective tax rate* sebesar 0,1000 maka perusahaan dianggap semakin agresif terhadap pajak (Fertika Nofisa Putri, 2014).

### 2.1.3 Corporate Social Responsibility (CSR)

Sampai sekarang belum ada pengertian tunggal mengenai CSR. Menurut *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)*, CSR adalah keterpanggilan dunia bisnis untuk bertindak etis dan berkontribusi dalam dunia pembangunan ekonomi berkelanjutan, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup para karyawan beserta keluarganya, sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas setempat dan masyarakat luas. Sejalan dengan WBCSD, World Bank mendefinisikan CSR yaitu *"the commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives the local community and society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development."* Menurut Uni Eropa dalam Anggraini (2006) *"CSR is concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business operations and in their interaction with their stakeholders on a voluntary basis."* Di Indonesia CSR disepadankan dengan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TSL). Sebagaimana tercantum didalam UU Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007. Dalam UU tersebut TSL sebagai komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat maupun masyarakat pada umumnya. Dari penjelasan mengenai pengertian di atas, CSR merupakan tanggung jawab perusahaan yang tidak memiliki nilai ekonomis secara langsung tetapi memiliki pengaruh yang besar bagi *going concern* dan eksistensi perusahaan. Umpan balik yang didapat dari kegiatan CSR ini tidak langsung dapat dinikmati begitu kegiatan ini dilaksanakan. Tetapi memiliki efek jangka panjang yang sangat penting bagi keberadaan perusahaan, seperti misalnya dukungan dari masyarakat tempat kegiatan usaha atau loyalitas pelanggan terhadap produk yang ditawarkan. Menurut Wibisono (2007), CSR terdiri dari beberapa komponen utama yaitu perlindungan lingkungan, perlindungan dan

jaminan karyawan, interaksi dan keterlibatan perusahaan dengan masyarakat, kepemimpinan dan pemegang saham, penanganan produk dan pelanggan, pemasok (supplier), serta komunikasi dan laporan.

Indikator pengungkapan corporate social responsibility yang dipakai dalam penelitian ini mengacu pada penelitian Sembiring (2005). Selanjutnya, Sembiring (2005) telah memodifikasi bentuk pengungkapan sosial Hendriksen dan Milne (1996) agar sesuai dengan kondisi di Indonesia. Perhitungan variabel ini dilakukan oleh peneliti dengan mengukur pengungkapan tanggungjawab sosial laporan tahunan yang dilakukan dengan pengamatan mengenai ada tidaknya suatu item informasi yang ditentukan dalam laporan tahunan dengan asumsi setiap yang diungkapkan pasti telah dilakukan, apabila item informasi tidak ada dalam laporan keuangan maka diberi skor 0, dan jika item informasi yang ditentukan ada dalam laporan tahunan maka diberi skor 1. Metode pengukuran ini dinamakan dengan Checklist data (Haniffa et al, 2005 dalam Untari, 2010). Pada variabel ini, perhitungan dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan rumus indeks tanggungjawab sosial untuk menghitung pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan, yaitu:

$$\text{Indeks CSR} = \frac{\sum \text{skor}}{\text{skor max} = N}$$

### 2.1.3.1 Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Rusdianto (2013:7) bahwa: “Konsep dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) mengandung arti bahwa organisasi bukan lagi sebagai entitas yang hanya mementingkan dirinya sendiri (selfish). Sehingga teralienasi dari lingkungan masyarakat di temoay mereka bekerja, melainkan sebuah entitas usaha yang wajib melakukan adaptasi kultural dengan lingkungan sosialnya. Konsep ini menyediakan jalan

bagi setiap perusahaan untuk melibatkan dirinya dengan dimensi social dan memberikan perhatian terhadap dampak-dampak social yang ada”.

Menurut Suhandari M. Putri Dalam Untung (2010:1) bahwa: “*Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis unuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan”.

ISO 26000 dalam Rusdianto (2013:7), CSR didefinisikan sebagai: “Tanggung jawab suatu organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis, yang: konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; memperhatikan kepentingan dari para stakeholder; sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma internasional; terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi, dalam pengertian ini meliputi baik kegiatan, produk maupun jasa”. Sementara itu lembaga *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* dalam Rusdianto (2013:7), mendefinisikan CSR sebagai:

“*Corporate social responsibility is the continuing commitment by business to behave ethical and contribute to economic development while improving the quality of life of the the workforce and their families as well as of local community and society at large*” (WBCSD, 2000). Menurut Darwin (2004) dalam Rahmawati (2012:180) bahwa: “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”.

### **2.1.3.2 Faktor - faktor Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)**

Menurut Deegan dan Rusdianto (2013:44) menjelaskan ada banyak hal yang membuat perusahaan mengungkapkan CSR-nya, yaitu:

1. Keinginan untuk mematuhi persyaratan yang terdapat dalam Undang-Undang.
2. Pertimbangan rasionalitas ekonomi.
3. Keyakinan dalam proses akuntabilitas untuk melaporkan.
4. Keinginan untuk memenuhi persyaratan peminjaman.
5. Pemenuhan kebutuhan informasi pada masyarakat.
6. Sebagai konsekuensi atas ancaman terhadap legitimasi perusahaan.
7. Untuk mengukur kelompok stakeholder yang mempunyai pengaruh yang kuat.
8. Untuk mematuhi persyaratan industri tertentu.
9. Untuk mendapatkan penghargaan pelaporan tertentu.

### **2.1.3.3 Teori yang Melandasi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)**

Landasan teoritis social responsibility terdiri dari:

1. Teori Legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (society), pemerintah individu dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada society, operasi perusahaan harus kongruen dengan harapan masyarakat (Nor Hadi, 2011:88). Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun nonfisik. O'Donovan (2002) dan Nor Hadi (2011:87) berpendapat legitimasi

organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat sumberdaya bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*). Dalam perspektif teori legitimasi, perusahaan dan komunitas sekitarnya memiliki relasi sosial yang erat karena keduanya terikat dalam suatu “*social contract*” (Lako, 2011:5).

2. Teori Stakeholder Bahwa perusahaan hendaknya memperhatikan stakeholder, karena mereka adalah pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas serta kebijakan yang diambil dan dilakukan perusahaan. Jika perusahaan tidak memperhatikan stakeholder bukan tidak mungkin akan menuai protes dan dapat mengeliminasi legitimasi stakeholder (Nor Hadi, 2011:94). Teori ini menyatakan bahwa kesuksesan dan hidup-matinya suatu perusahaan sangat tergantung pada kemampuannya menyeimbangkan beragam kepentingan dari para stakeholder atau pemangku kepentingan. Jika mampu, maka perusahaan bakal meraih dukungan yang berkelanjutan dan menikmati pertumbuhan pangsa pasar, penjualan, serta laba. Dalam perspektif teori stakeholder, masyarakat dan lingkungan merupakan stakeholder inti perusahaan yang harus diperhatikan (Lako, 2011:5).

3. Teori Kontrak Sosial muncul akibat adanya interelasi dalam kehidupan sosial masyarakat, agar terjadi keselarasan, keserasian dan keseimbangan, termasuk terhadap lingkungan. Perusahaan yang merupakan kelompok orang yang memiliki kesamaan tujuan dan berusaha mencapai tujuan secara bersama adalah bagian dari masyarakat dalam lingkungan yang lebih besar. Keberadaannya sangat ditentukan oleh masyarakat, dimana antara keduanya saling pengaruh-mempengaruhi. Untuk itu, agar terjadi keseimbangan (*equality*), maka perlu kontrak sosial baik secara eksplisit maupun implisit sehingga terjadi kesepakatan-kesepakatan yang saling melindungi kepentingannya (Nor Hadi, 2011:95). Keberadaan perusahaan dalam suatu

area karena didukung secara politis dan dijamin oleh reguasi pemerintah serta parlemen yang juga merupakan representasi dari masyarakat. Dengan demikian, ada kontrak sosial secara tidak langsung antara perusahaan dan masyarakat dimana masyarakat memberi cost dan benefit untuk keberlanjutan suatu korporasi. Karena itu, CSR merupakan suatu kewajiban asasi perusahaan yang tidak bersifat suka rela (Lako, 2011:6).

#### **2.1.3.4 Manfaat Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Aktivitas CSR memiliki fungsi strategis bagi perusahaan, yaitu sebagai bagian dari manajemen risiko khususnya dalam membentuk katup pengaman sosial (*social security*). Dengan menjalankan CSR, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga harus turut berkontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan jangka panjang.

Menurut Rusdianto (2013:13) terdapat manfaat CSR bagi perusahaan yang menerapkannya, yaitu:

- Membangun dan menjaga reputasi perusahaan.
- Meningkatkan citra perusahaan.
- Melebarkan cakupan bisnis perusahaan.
- Mempertahankan posisi merek perusahaan.
- Mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas.
- Kemudahan memperoleh akses terhadap modal (*capital*).
- Meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis.
- Mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*).

Menurut Rusdianto (2013:13) bahwa : “Keputusan perusahaan untuk melaksanakan CSR secara berkelanjutan, merupakan keputusan yang rasional. Sebab implementasi program CSR akan menimbulkan efek

lingkaran emas yang tidak hanya bermanfaat bagi perusahaan, melainkan juga stakeholder. Bila CSR mampu dijalankan secara efektif maka dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi perusahaan, melainkan juga bagi masyarakat, pemerintah dan lingkungan”.

### **2.1.3.5 Indikator Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)**

Menurut ISO 26000 bahwa : “*Guidance on social responsibility* (panduan tanggung jawab sosial) yang merupakan suatu standar yang memuat panduan perilaku bertanggung jawab sosial bagi organisasi guna berkontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan yang menggunakan standar *The Global Reporting Initiative* (GRI) yaitu jaringan organisasi non-pemerintah yang bertujuan mendorong keberlanjutan dan pelaporan Lingkungan, Sosial dan Tata kelola (ESG). GRI mengeluarkan kerangka kerja pelaporan keberlanjutan yang paling banyak dipergunakan di dunia dan berstandar internasional dalam rangka mendorong transparansi yang lebih besar. Kerangka tersebut, bersama ”Petunjuk G3”, menetapkan prinsip dan indikator yang dapat dipergunakan organisasi untuk mengukur dan melaporkan kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial-nya”. Indikator-indikator dalam GRI Standard Disclosure G3.1, terdiri dari 3 komponen:

1. Indikator Kinerja Ekonomi (Economic Performance Indicator)
2. Indikator Kinerja Lingkungan (Environmental Performance Indicator)
3. Indikator Kinerja Sosial (Social Performance Indicators), terdiri dari 4 aspek, yaitu:
  - Indikator Kinerja Praktek Kerja & Kelayakan Kerja (Labor Practices & Decent Work Performance Indicator)
  - Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (Human Rights Performance Indicator)
  - Indikator Kinerja Masyarakat (Society Performance Indicator)



- Indikator Kinerja Tanggung Jawab Produk (Product Responsibility Performance Indicator).

Item-item pengungkapan *corporate social responsibility* tersebut diukur dengan menggunakan CSR Index, yang diungkapkan dalam *Global Reporting Initiative* (GRI) dengan rumus sebagai berikut:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSRI : Corporate Social Responsibility Index perusahaan j

$\sum$  : variable dummy

1 : jika item i diungkapkan

0 : jika item i tidak diungkapkan

n : jumlah item perusahaan j.

#### 2.1.4 Manajemen Laba

manajemen laba berupa *income decreasing* terhadap agresivitas pajak perusahaan, dapat dijelaskan bahwa laba menjadi patokan untuk mengukur besarnya beban pajak perusahaan. Oleh karena itu, manajemen akan melaporkan laba di sesuaikan dengan tujuan yaitu menggunakan pilihan akuntansi yang mengurangi laba atau *income decreasing* maka semakin kecil pajak yang harus dibayarkan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan yang semakin agresif melakukan manajemen laba berupa *income decreasing* maka perusahaan tersebut juga semakin agresif terhadap pajak. Secara empiris telah dibuktikan oleh peneliti Scott (2000) yang menyatakan bahwa salah satu alasan perusahaan melakukan manajemen laba adalah mendapatkan pembayaran pajak yang paling minimal. Penelitian ini juga mendukung

pendapat watts dan Zimmerman (1990) dan wulandari (2005), serta penelitian Badertscher, et al. (2009) dimana praktek manajemen laba dilakukan oleh perusahaan sebagai alat untuk melakukan penghindaran regulasi pemerintah (*political cost hypothesis*). Salah satu regulasi pemerintah yang berkaitan langsung dengan laba perusahaan adalah pajak penghasilan badan. Menurut penelitian sebelumnya Reysky Aisyah Arief (2016) juga sependapat dengan penelitian Krisnata Dwi Suyanto dan Supramono (2012) yang menyatakan bahwa manajemen laba berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Namun, hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan Naomi Malem Rehna Ginting, Elly Suryani, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA (2018) yang menyatakan bahwa, manajemen laba (DA) secara parsial tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Indahwati (2017) yang menyatakan bahwa manajemen laba tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak perusahaan. Manajemen laba (DA) menggunakan perhitungan atau pengukuran DA, kebijakan metode akuntansi untuk melaporkan laba sesuai dengan keinginan. variabel ini, perhitungan dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan metode akuntansi dari model DE Angelo untuk melaporkan laba sesuai dengan keinginan, yaitu:

$$DA_{it} = (TA_{it} - TAC_{it-1})/A_{it-1}$$

keterangan :

$DA_{it}$  = *Discretionary accruals* perusahaan i pada periode ke t

$TA_{it}$  = *Total accruals* perusahaan i pada periode ke t

$TA_{it-1}$  = *Total accruals* perusahaan i pada periode ke t-1

$A_{it-1}$  = Total aktiva perusahaan i pada period eke t-1

Menurut Scott (2000:296) mendefinisikan Manajemen Laba adalah sebagai berikut: “menyatakan bahwa pemilihan kebijakan akuntansi yang dilakukan manajer untuk suatu tujuan tertentu disebut dengan manajemen laba”. Menurut Djakman (2003: 145) mendefinisikan manajemen laba adalah sebagai berikut : “menyatakan bahwa manajemen laba (*earnings management*) yang dilakukan melalui manajemen akrual tidak sama dengan manipulasi laba (*earnings manipulation*)”. Menurut Djaksman (2003: 144) mendefinisikan manajemen laba adalah sebagai berikut : “praktek manajemen laba yang dilakukan melalui manajemen akrual pada dasarnya didorong oleh kelemahan interen dalam akuntansi actual serta adanya fleksibilitas dalam menghitung angka laba.

Fleksibilitas tersebut timbul karena banyaknya pilihan-pilihan metoda akuntansi, sehingga manajemen dapat mencatat suatu fakta tertentu dengan cara yang berbeda, serta diperkenankannya subyektifitas atau judgement dalam menetapkan estimasi dalam proses penyusunan laporan keuangan”. Pengertian Manajemen Laba Menurut Copeland dan Wiwik (2005), adalah *some ability to increase of decrease reported net income at will*. Ini berarti bahwa manajemen laba mencakup usaha manajemen untuk memaksimalkan, meminumkan laba, termasuk perataan laba sesuai dengan keinginan manajemen. Menurut Widjaja (2004), Manajemen laba adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh manajemen yang menaikkan atau menurunkan laba yang dilaporkan dari unit menjadi tanggung jawabnya, yang tidak mempunyai hubungan dengan kenaikan atau penurunan profitabilitas perusahaan untuk jangka panjang. Manajemen laba adalah suatu intervensi dalam proses pelaporan keuangan eksternal dengan maksud untuk memperoleh keuntungan pribadi (Wolk et al., 2001). Sedangkan menurut (Privat dan M. Gudono ,2000) pengertian Manajemen laba adalah suatu proses dilakukan dengan sengaja dalam batasan *General Accepted accounting Principles* (GAAP) untuk mengarah pada tingkatan laba yang dilaporkan.

Manajemen laba adalah campur tangan manusia untuk menguntungkan diri sendiri. Manajemen laba terjadi ketika menggunakan keputusan tertentu dalam laporan keuangan dan transaksi untuk mengubah laporan keuangan sebagai dasar penilaian kinerja perusahaan yang bertujuan menyesatkan pemilik atau pemegang saham (shareholders), atau untuk mempengaruhi hasil kontraktual yang mengandalkan angka-angka akuntansi yang di laporkan. Manajemen laba dapat terjadi karena diberi keleluasaan untuk memilih metode akuntansi yang akan di gunakan dalam mencatat dan mengungkapkan informasi keuangan yang privat. Selain itu perilaku manipulasi ini juga terjadi karena asimetri informasi yang tinggi antara manajemen dan pihak lain yang tidak mempunyai sumber, dorongan, atau akses yang memadai terhadap informasi untuk memonitor manajemen. Sehingga manajemen akan berusaha memanipulasi kinerja perusahaan untuk kepentingannya sendiri (Healy, Wallen dan Sri Sulistyanto, 2008 :50) (Scott ,2000) membagi cara pemahaman atas manajemen laba menjadi dua. Pertama, melihatnya sebagai perilaku oportunistik manajer untuk memaksimalkan utilitasnya dalam menghadapi kontrak kompensasi, kontrak utang dan political costs. Kedua, dengan memandang manajemen laba dari perspektif efficient contracting (Efficient Earnings Management), dimana manajemen laba memberi manajer suatu fleksibilitas untuk melindungi diri mereka dan perusahaan dalam mengantisipasi kejadian-kejadian yang tak terduga untuk keuntungan pihak-pihak yang terlibat dalam kontrak. Dengan demikian, manajer dapat mempengaruhi nilai pasar saham perusahaannya melalui manajemen laba, misalnya dengan membuat perataan laba (income smoothing) dan pertumbuhan laba sepanjang waktu.

Dengan demikian, manajemen laba dapat diartikan sebagai suatu tindakan manajemen yang memenuhi laba yang dilaporkan dan memberikan mamfaat ekonomi yang keliru kepada perusahaan, sehingga dalam jangka panjang hal tersebut akan sangat mengganggu bahkan membahayakan perusahaan (Merchant dan Rockiness,1994). Manajemen laba menjadi menarik untuk

diteliti karena dapat memberikan gambaran akan perilaku manajer dalam melaporkan kegiatan usahanya pada suatu periode tertentu, yaitu adanya kemungkinan munculnya motifasi tertentu yang mendorong mereka mengatur data keuangan yang dilaporkan. Manajemen laba tidak harus dikaitkan dengan upaya untuk memanipulasi data atau inforasi akuntansi, tetapi lebih condong dikaitkan dengan pemilihan metode akuntansi (*accounting methods*) untuk mengatur keuntungan yang bias dilakukan karena memang dipekenakan menurut *accounting regulation* (gumanti,2000).

#### **2.1.4.1 Bentuk-Bentuk Manajemen Laba**

Menurut Scott (2001) ada beberapa bentuk rekayasa laba yang sering dilakukan pihak manajemen agar laba yang dilaporkan sesuai dengan yang dikehendaki, yaitu:

1. *Taking a Bath* Disebut juga *big baths*, bisa terjadi selama periode dimana terjadi tekanan dalam organisasi atau terjadi reorganisasi, misalnya pergantian direksi. Bila teknik ini digunakan maka biaya-biaya yang ada pada periode yang akan datang diakui pada periode berjalan. Ini dilakukan bila kondisi yang tidak menguntungkan tidak bisa dihindari. Akibatnya laba pada periode yang akan datang menjadi tinggi meski kondisi sedang tidak menguntungkan.
2. *Income Minimization* Cara ini hampir sama dengan *taking a bath* namun tidak ekstrim. Cara ini dilakukan pada saat profitabilitas perusahaan sangat tinggi dengan maksud mengurangi kemungkinan munculnya biaya politis. Kebijakan yang diambil dapat berupa penghapusan barang modal dan aktiva tidak berwujud, pembebanan pengeluaran iklan, serta pembebanan biaya riset.
3. *Income Maximization* Maksimalisasi laba bertujuan untuk memperoleh bonus yang lebih besar. Selain itu tindakan ini juga bisa dilakukan untuk menghindari pelanggaran terhadap kontrak hutang jangka panjang.
4. *Income Smoothing* Perusahaan cenderung lebih memilih untuk melaporkan trend pertumbuhan laba yang stabil dari pada perubahan laba yang meningkat atau menurun secara drastis. Perataan laba dapat dicapai dengan suatu

ketentuan yang tinggi untuk hutang dan bertentangan dengan nilai asset pada tahun yang baik sehingga ketentuan itu dapat dikurangi. Hal ini dapat mempengaruhi laba yang dilaporkan pada masa yang buruk.

5. *Timing Revenue and Expense Recognition* Teknik ini dilakukan dengan membuat kebijakan tertentu yang berkaitan dengan timing suatu transaksi. Misalnya pengakuan prematur atas pendapatan.

#### **2.1.4.2 Motivasi Manajemen Laba**

Scott (2000:352) mengemukakan beberapa motivasi terjadinya manajemen laba:

1. *Bonus Scheme Hypothesis* Kompensasi (bonus) yang didasarkan pada besarnya laba yang dilaporkan akan memotivasi manajemen untuk memilih prosedur akuntansi yang meningkatkan keuntungan yang dilaporkan demi memaksimalkan bonus mereka. Bonus minimal hanya akan dibagikan jika laba mencapai target laba minimal tertentu dan bonus maksimal dibagikan jika laba mencapai nilai tertentu atau lebih besar.

2. *Contracting Incentive Motivasi* ini muncul ketika perusahaan melakukan pinjaman hutang yang berisikan perjanjian untuk melindungi kreditur dari aksi manajer yang tidak sesuai dengan kepentingan kreditur, seperti deviden yang berlebihan, pinjaman tambahan, atau membiarkan modal kerja atau laporan ekuitas berada di bawah tingkat yang ditetapkan, yang semuanya dapat meningkatkan risiko bagi kreditur, karena pelanggaran perjanjian dapat mengakibatkan biaya yang tinggi sehingga manajer perusahaan berharap untuk menghindarinya. Jadi manajemen laba dapat muncul sebagai alat untuk mengurangi kemungkinan pelanggaran perjanjian dalam kontrak hutang.

3. *Political Motivation* Manajemen laba digunakan untuk mengurangi laba yang dilaporkan pada perusahaan publik. Perusahaan cenderung mengurangi laba yang dilaporkan karena adanya tekanan publik yang mengakibatkan pemerintah menetapkan peraturan yang lebih ketat.

4. *Taxation Motivation* Perpajakan merupakan motivasi yang paling jelas untuk melakukan manajemen laba. Manajemen berusaha untuk mengatur labanya agar pembayaran pajak lebih rendah dari yang seharusnya sehingga didapat penghematan pajak.

5. *Incentive Chief Executive Officer (CEO)* CEO yang mendekati masa pensiun akan cenderung menaikkan pendapatan untuk meningkatkan bonus mereka. Dan jika kinerja perusahaan buruk, mereka akan memaksimalkan pendapatan agar tidak diberhentikan.

6. *Initial Public Offering (IPO)* Perusahaan yang akan go publik belum memiliki nilai pasar, dan menyebabkan manajer perusahaan yang akan go publik melakukan manajemen laba dalam prospectus mereka dengan harapan dapat menaikkan harga saham perusahaan.

#### **2.1.4.3 Pendekatan Manajemen Laba**

Pada umumnya pendeteksian manajemen laba dapat dilakukan dengan menggunakan pendekatan accruals. Pendekatan ini akan menggunakan pengukuran berbasis akrual (*accrual based measures*) dalam mendeteksi ada tidaknya manipulasi. Ada tiga pendekatan untuk mendeteksi manajemen laba menurut Sri Sulistyanto, (2008:211) yaitu:

1. Model Berbasis *Aggregate Accrual* Model pertama merupakan model yang berbasis *Aggregate Accrual* yaitu model yang digunakan untuk mendeteksi aktivitas rekayasa ini dengan menggunakan discretionary accrual sebagai proksi manajemen laba.

2. Model Berbasis *Spesific Accruals* Model kedua merupakan model yang berbasis akrual khusus (*Spesific Accruals*), yaitu pendekatan yang menghitung akrual sebagai proksi manajemen laba dengan menggunakan item atau komponen laporan keuangan tertentu dari industri tertentu, misalnya piutang tak tertagih dari sektor industri tertentu atau cadangan kerugian piutang dari industri asuransi.

3. Model Berbasis *Distribution Of Earning After Management* Pendekatan ini dikembangkan dengan melakukan pengujian secara statistik terhadap komponen-komponen laba untuk mendeteksi faktor-faktor yang mempengaruhi pergerakan laba.

#### 2.1.4.4 Indikator Manajemen Laba

Pengukuran manajemen laba menggunakan *discretionary accrual* (DAC). Dalam penelitian ini discretionary accrual digunakan sebagai proksi karena merupakan komponen yang dapat dimanipulasi oleh manajer seperti penjualan kredit. Untuk mengukur DAC, terlebih dahulu akan mengukur total akrual. Total akrual diklasifikasikan menjadi komponen discretionary dan nondiscretionary (Midiastuty, 2003), dengan tahapan:

1. Mengukur total accrual dengan menggunakan model Jones yang dimodifikasi. Total Accrual (TAC) = laba bersih setelah pajak (*net income*) – arus kas operasi (*cash flow from operating*)
2. Menghitung nilai accruals yang diestimasi dengan persamaan regresi OLS (*Ordinary Least Square*) :

$$TAC_t / A_{t-1} = \alpha_1 (1 / A_{t-1}) + \alpha_2 ((\Delta REV_t - \Delta REC_t) / A_{t-1}) + \alpha_3 (PPE_t / A_{t-1}) + e$$

Dimana :

TAC<sub>t</sub> : total accruals perusahaan i pada periode t

A<sub>t-1</sub>: total aset untuk sampel perusahaan i pada akhir tahun t-1

REV<sub>t</sub> : perubahan pendapatan perusahaan i dari tahun t-1 ke tahun t

REC<sub>t</sub> : perubahan piutang perusahaan i dari tahun t-1 ke tahun t

PPE<sub>t</sub> : aktiva tetap (*gross property plant and equipment*) perusahaan tahun t



3. Menghitung nondiscretionary accruals model (NDA) adalah sebagai berikut:

$$NDA_t = \alpha_1 (1/ A_{t-1}) + \alpha_2 ((\Delta REV_t - \Delta RE C_t) / A_{t-1}) + \alpha_3 (PPE_t / A_{t-1})$$

Dimana:

$NDA_t$  : *nondiscretionary accruals* pada tahun t

$\alpha$  : *fitted coefficient* yang diperoleh dari hasil regresi pada perhitungan total accruals

4. Menghitung *discretionary accruals*

$$DAC_t : (TAC_t / A_{t-1}) - NDA_t$$

Dimana:

$DAC_t$  : *discretionary accruals* perusahaan i pada periode t

Di dalam melakukan pendeteksian adanya manipulasi laba, pada umumnya akan ditemukan dua jenis *discretionary accruals*, yaitu *discretionary accruals* positif dan negatif Saiful (2004) yang dikutip oleh Gumanti (2001). *Discretionary accruals* positif mencerminkan manipulasi yang dilakukan manajer dengan pola *income increasing*, sedangkan negatif akan menunjukkan manipulasi *income decreasing*. Bentuk-bentuk *discretionary accruals* tersebut disesuaikan dengan motivasi yang dilakukan oleh manajemen. Misalnya apabila manajemen bermaksud untuk memaksimalkan bonus, jika ditemukan nilai *discretionary accruals* positif maka manajemen melakukan manipulasi laba dengan pola *income increasing*. Namun apabila ditemukan nilai *discretionary accruals* negatif maka hal tersebut mencerminkan bahwa manipulasi laba tidak terjadi bukan berarti bahwa manajemen laba dilakukan dengan pola *income decreasing* karena bonus yang ingin hendak dicapai oleh manajemen tergantung oleh semakin besarnya laba, bukan sebaliknya.

Menurut Chan Jegadesh dan Lakonishok (2000) yang dikutip oleh Gumanti (2001) *discretionary accruals* merupakan laba abnormal yang sebagian besar disebabkan oleh item non kas yang mewakili laba. Sedangkan menurut Gumanti (2001) *discretionary accruals* merupakan jumlah total *accruals* yang melekat pada *discretion* (kebijakan) manajemen. *Discretionary Accruals* digunakan sebagai indikator adanya praktik manajemen laba karena manajemen laba lebih ditekankan kepada keleluasaan atau kebijakan (*discretion*) yang tersedia dalam memilih dan menerapkan prinsip-prinsip akuntansi untuk mencapai hasil akhir, dan dijalankan didalam kerangka praktik yang berlaku secara umum yang masih dapat diperdebatkan oleh Bernstein dan Wild (1998) yang dikutip oleh Gumanti (2001), atau dengan kata lain *discretionary accruals* merupakan *accruals* dimana manajemen memiliki fleksibilitas dalam mengontrol jumlahnya karena *discretionary accruals* ada di bawah *discretion* manajemen.

### **2.1.5 Ukuran Perusahaan**

Faktor berikutnya yang dapat memengaruhi aktivitas penghindaran pajak adalah ukuran perusahaan. Total aktiva yang dimiliki perusahaan dapat digunakan untuk menentukan ukuran perusahaan sehingga semakin besar total aktiva yang dimiliki perusahaan maka akan meningkat juga jumlah produktifitas perusahaan tersebut. Hal ini juga yang berdampak pada laba perusahaan yang semakin meningkat dan memengaruhi tingkat pembayaran pajak. Rego dan Wilson (2009) menemukan dalam penelitiannya bahwa semakin besar perusahaan mengindikasikan bahwa transaksi yang terjadi menjadi lebih kompleks. Ini mengakibatkan perusahaan memanfaatkan peluang yang ada dalam setiap transaksinya demi usaha penghindaran pajak. Tetapi, Ukuran suatu perusahaan diduga dapat memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak dan manajemen laba terhadap agresivitas pajak. Perusahaan besar akan selalu menjadi perhatian sehingga manajer perusahaan akan bersikap patuh dan lebih transparan dalam

menyajikan laporan keuangan. Perusahaan besar akan lebih mempertimbangkan resiko dalam mengelola pajaknya. Menurut penelitian yang dilakukan Suriani Ginting (2016) menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan tidak mampu memoderasi (memperkuat atau melemahkan ) pengaruh Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen dan Kompensasi Rugi Fiskal terhadap Penghindaran Pajak.

$$size = Ln(total\ asset)$$

#### 2.1.5.1 Pengertian Ukuran Perusahaan

Suwito dan Herawati (2005:) mengatakan firm size atau ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, dimana ukuran perusahaan hanya terbagi dalam 3 kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium size*), dan perusahaan kecil (*small firm*). Menurut Bambang Riyanto (2001:299): “Ukuran perusahaan (*Firm Size*) merupakan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan pada total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata penjualan dan total aktiva.” Menurut Bringham dan Houston (2006:25) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan adalah:

“Rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun. Dalam hal ini penjualan lebih besar dari pada biaya variable dan biaya tetap, maka akan diperoleh jumlah pendapatan sebelum pajak. Sebaliknya jika penjualan lebih kecil dari pada biaya variable dan biaya tetap maka perusahaan akan menderita kerugian.”

Agnes Sawir (2004:101-102) dalam Dewi (2010). Ukuran perusahaan dinyatakan sebagai determinan dari struktur keuangan dalam hampir setiap studi untuk alasan yang berbeda yaitu: “Pertama ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan memperoleh dana dari pasar modal. Perusahaan kecil umumnya kekurangan akses ke pasar modal yang

terorganisir, baik untuk obligasi maupun saham. Meskipun mereka memiliki akses, biaya peluncuran dari penjualan sejumlah kecil sekuritas dapat menjadi penghambat. Jika penerbitan sekuritas dapat dilakukan, sekuritas perusahaan kecil mungkin kurang dapat dipasarkan sehingga membutuhkan penentuan harga sedemikian rupa agar investor mendapatkan hasil yang memberikan return lebih tinggi secara signifikan. Kedua, ukuran perusahaan menentukan kekuatan tawar menawar dalam kontrak keuangan. Perusahaan besar biasanya dapat memilih pendanaan dari berbagai bentuk hutang, termasuk penawaran special yang lebih menguntungkan dibandingkan yang ditawarkan perusahaan kecil, semakin besar kemungkinan pembuatan kontrak standar hutang. Ketiga, ada kemungkinan pengaruh skala dalam biaya dan return membuat perusahaan yang lebih besar dapat memperoleh lebih banyak laba. Pada akhirnya, ukuran perusahaan diikuti oleh karakteristik lain yang mempengaruhi struktur keuangan. Karakteristik lain tersebut seperti perusahaan sering tidak mempunyai staf khusus, tidak menggunakan rencana keuangan, dan tidak mengembangkan system akuntansi mereka menjadi suatu sistem manajemen.

#### **2.1.5.2 Indikator Ukuran Perusahaan**

Perusahaan dapat diklasifikasikan sebagai perusahaan besar atau kecil didasari oleh indikator yang mempengaruhinya. Adapun indikator dalam ukuran perusahaan menurut Edy Suwito dan Arleen Herawaty (2005:): “adalah total aktiva, nilai pasar saham, total pendapatan dan lain-lain.” Sedangkan menurut Ardi Mardoko Sudarmaji (2007:): indikator dari ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

“Total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar. Semakin besar total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu. Ketika variable ini digunakan untuk menentukan ukuran perusahaan karena dapat mewakili seberapa besar perusahaan tersebut. Semakin besar aktiva, semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak penjualan

maka semakin banyak perputaran uang, dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ia dikenal dalam masyarakat”.

Dari beberapa indikator yang mempengaruhi pengklasifikasian dalam ukuran perusahaan, maka indikator dalam penelitian ini dibatasi agar lebih berfokus dan hasil yang dicapai sesuai dengan asumsi yang diharapkan. Salah satu indikator yang dipilih untuk digunakan dalam penelitian ini adalah total aset. Menurut PSAK Nomor 1 (2007 :10) yang dimaksud dengan aset adalah :

"Segala manfaat ekonomi yang mengandung potensi dalam suatu yang produktif dan merupakan bagian dari aktivitas operasional perusahaan. Mungkin pula berbentuk sesuatu yang dapat di ubah menjadi kas atau berbentuk kemampuan untuk mengurangi pengeluaran kas, seperti penurunan biaya akibat proses produksi alternatif."

Sedangkan pengertian total aset menurut Weygandt (2007:11) yang diterjemahkan oleh Emil Salim adalah sebagai berikut: “Aset ialah sumber penghasilan atas usahanya sendiri, dimana karakteristik umum yang dimilikinya yaitu memberikan jasa atau manfaat dimasa yang akan datang.” Menurut Werner R. Murhadi (2013) *Firm Size* diukur dengan mentransformasikan total aset yang dimiliki perusahaan ke dalam bentuk logaritma natural. Ukuran perusahaan diprosikan dengan menggunakan *Log Natural Total Aset* dengan tujuan agar mengurangi fluktuasi data yang berlebih. Dengan menggunakan log natural, jumlah aset dengan nilai ratusan miliar bahkan triliun akan disederhanakan, tanpa mengubah proporsi dari jumlah aset yang sesungguhnya.

$$\text{Ukuran perusahaan} = \text{Ln (Total Aset)}$$

Ayu Sri Mahatma Dewi dan Ary Wijaya (2013) mengemukakan bahwa pengukuran variable ukuran perusahaan berdasarkan total aktiva. Menurut Jogiyanto (2007:282) menyatakan ukuran aktiva digunakan untuk mengukur

besarnya perusahaan, ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva. Nilai total asset biasanya bernilai sangat besar dibandingkan dengan variable keuangan lainnya, untuk itu variable asset diperhalus menjadi *Log Asset* atau *Ln Total Asset*. Jogiyanto (2007:282)

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln (Total Asset)}$$

Hal ini disebabkan karena perusahaan memiliki kebutuhan dana yang besar, dan salah satu alternative pemenuhan dana yang tersedia adalah dengan pendanaan eksternal. Pendanaa eksternal dapat diperoleh dengan penerbitan saham, obligasi, maupun hutang. Sehingga, dalam rangka pemenuhan pendanaan eksternal tersebut perusahaan akan lebih meningkatkan kinerja dalam menjalankan perusahaan (Ayu Sri Mahatma Dewi dan Ary Wijaya, 2013).

## 2.2 Hubungan Antar Variabel

### 2.2.1 *Corporate Sosial responsibility* terhadap agresivitas pajak

Pengungkapan *Corporate social responsibility* berpengaruh negative terhadap agresivitas pajak. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan, maka semakin rendah tingkat agresifitas pajak yang dilakukan. Hasil ini menjelaskan bahwa semakin tinggi sikap tanggung jawab yang dimiliki perusahaan dicerminkan dalam sikap patuhnya dalam membayar jumlah beban pajak yang telah ditetapkan atau dapat dapat disimpulkan perusahaan semakin tidak agresif terhadap pajak. Dalam penelitian Lanis dan Richardson (2012), dan Watson (2012) yang menyatakan bahwa variable pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh negative terhadap agresivitas pajak.

### **2.2.2 Manajemen Laba Terhadap Agresivitas Pajak**

Manajemen laba merupakan upaya manajer perusahaan untuk mengintervensi atau memengaruhi informasi-informasi dalam laporan keuangan dengan tujuan untuk mengelabui stakeholders yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan. Pajak menjadi masalah bagi perusahaan karena membayar pajak akan menurunkan laba bersih perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan akan melakukan manajemen laba guna mengurangi beban pajak (Scott, 2000 & Badertscher et al, 2009). Perusahaan lebih mungkin untuk menggunakan pilihan akuntansi yang mengurangi profit (income decreasing) yang dilaporkan untuk menurunkan pendapatan kena pajak sehingga perusahaan dapat melakukan penghematan atas beban pajak. Frank et al, (2009), menemukan hubungan positif antara manajemen laba terhadap agresivitas pajak.

### **2.2.3 Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Pemoderasi Ukuran Perusahaan**

Agresivitas pajak merupakan hal yang saat ini sangat lazim dilakukan oleh perusahaan-perusahaan besar maupun kecil di seluruh dunia. Hal tersebut sama seperti yang dinyatakan Balakrishnan et al. (2011) bahwa suatu perusahaan terlibat dalam berbagai bentuk perencanaan pajak untuk dapat mengurangi kewajiban pajak yang diperkirakan. Perusahaan yang melakukan agresivitas pajak akan meminimalkan pembayaran pajak perusahaan demi pencapaian keuntungannya (Utari dan Rohman, 2015). Salah satu karakteristik perusahaan yang penting adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan suatu pengukuran yang dikelompokkan berdasarkan besar kecilnya perusahaan dan dapat menggambarkan aktivitas serta pendapatan perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar usaha yang dilakukan perusahaan untuk menarik perhatian masyarakat (Nugraha dan Meiranto, 2015). *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan yang dilaksanakan dengan cara menjalin suatu kerja

sama dengan para karyawan serta perwakilan perusahaan, komunitas setempat dan masyarakat umum. Tujuan hal tersebut untuk meningkatkan kualitas hidup dengan cara yang bermanfaat bagi kelangsungan bisnis suatu perusahaan maupun untuk pembangunan. Menurut Michael Fontaine (2013) tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) dilakukan tidak hanya demi kepentingan pelanggan dan investor, tetapi juga untuk karyawan, pemasok, pemerintah, dan masyarakat luas. Penelitian Ida Ayu Intan Suryadewi dan Ni Ketut Rasmini, (2018) , menyatakan bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak.

#### **2.2.4 Manajemen Laba Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Pemoderasi Ukuran Perusahaan**

Agresivitas pajak merupakan hal yang saat ini sangat lazim dilakukan oleh perusahaan-perusahaan besar maupun kecil di seluruh dunia. Hal tersebut sama seperti yang dinyatakan Balakrishnan et al. (2011) bahwa suatu perusahaan terlibat dalam berbagai bentuk perencanaan pajak untuk dapat mengurangi kewajiban pajak yang diperkirakan. Perusahaan yang melakukan agresivitas pajak akan meminimalkan pembayaran pajak perusahaan demi pencapaian keuntungannya (Utari dan Rohman, 2015). Salah satu karakteristik perusahaan yang penting adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan suatu pengukuran yang dikelompokkan berdasarkan besar kecilnya perusahaan dan dapat menggambarkan aktivitas serta pendapatan perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar usaha yang dilakukan perusahaan untuk menarik perhatian masyarakat (Nugraha dan Meiranto, 2015). manajemen laba berupa *income decreasing* terhadap agresivitas pajak perusahaan, dapat dijelaskan bahwa laba menjadi patokan untuk mengukur besarannya beban pajak perusahaan. Oleh karena itu, manajemen akan melaporkan laba di sesuaikan dengan tujuan yaitu menggunakan pilihan akuntansi yang mengurangi laba atau *income decreasing* maka semakin kecil pajak yang harus dibayarkan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan yang semakin agresif melakukan manajemen laba



berupa income decreasing maka perusahaan tersebut juga semakin agresif terhadap pajak. Secara empiris telah dibuktikan oleh peneliti Scott (2000) yang menyatakan bahwa salah satu alasan perusahaan melakukan manajemen laba adalah mendapatkan pembayaran pajak yang paling minimal. Menurut Agustina Lastarida Simamora, (2017) menyatakan bahwa manajemen laba terhadap agresivitas pajak dan dimoderasi oleh ukuran perusahaan mampu memperkuat variable tersebut.

### 2.3 Penelitian Terdahulu

No	Judul & Penulis	Fenomena	Metode	Hasil penelitian
1.	Hasian Purba (2017), Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Kepemilikan Keluarga Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Non Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek	Alasan meneliti perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2012-2015 adalah karena perusahaan keuangan memiliki karakteristik keuangan yang berbeda dengan perusahaan lainnya, sehingga dapat menimbulkan bias hasil penelitian.	Metode : purposive sampling Analisi statistic deskriptif	Corporate Social Responsibility (X1) berpengaruh negatif terhadap Agresivitas Pajak (Y) Kepemilikan Keluarga (Z) berpengaruh negatif terhadap Agresivitas Pajak (Y) Kepemilikan Keluarga (Z) dapat memoderasi hubungan antara Pengungkapan Corporate Social Responsibility (X1) dengan Agresivitas Pajak (Y)

	Indonesia Tahun 2012- 2015)			
2	Dwi Ratmono Winarti Monika Sagala (2015), PENGUNGK APAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBI LITY (CSR) SEBAGAI SARANA LEGITIMASI: DAMPAKNY A TERHADAP TINGKAT AGRESIVITA S PAJAK	Berbagai upaya manajemen perusahaan yang dirancang khusus untuk meminimalkan beban pajak secara agresif merupakan fenomena yang umum diseluruh negara.	probability sampling, purposive sampling	tingkat pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak variabel SIZE berpengaruh negatif signifikan terhadap ETR.
3.	Kholid Hidayat, Arles P. Ompusunggu, H. Suratno (2016), PENGARUH CORPORATE	Fenomena ini juga terjadi pada perusahaan pertambanga. Hal ini dapat dilihat adanya ketetapan pajak hasil pemeriksaan DJP dan rendahnya tax ratio	purposive sampling.	CSR berpengaruh positif signifikan terhadap ETR. Dengan hasil uji t dan penjelasan tersebut disimpulkan bahwa CSR berpengaruh negatif signifikan

	SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK DENGAN INSENTIF PAJAK SEBAGAI PEMODERASI (STUDI PADA PERUSAHAAN PERTAMANGAN YANG TERDAFTAR DI BEI)	sektor pertambanga.		terhadap agresivitas pajak. Hasil uji t. moderated regression analysis (MRA) menunjukkan bahwa insentif pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap hubungan antara CSR dengan agresivitas pajak.
4.	I Dewa Ayu Intan Pradnyadari, Abdul Rohman (2015), PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY	Banyak perusahaan menghindari pembayaran pajak demi mendapat laba yang besar. Menurut Lanis dan Richardson (2012) pajak adalah faktor pendorong dalam banyak keputusan perusahaan.	purposive sampling. metode studi pustaka.	bahwa CSR memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan agresivitas pajak (ETR) dengan arah negative.

	TERHADAP AGRESIVITA S PAJAK			
5.	Warsono dan Yuli Ardianto (2015), Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak dengan Insentif Pajak Sebagai Pemoderasi. (Studi pada perusahaan pertambangan di Indonesia)	Fenomena ini juga terjadi pada perusahaan pertambanga. Hal ini dapat dilihat adanya ketetapan pajak hasil pemeriksaan DJP dan rendahnya tax ratio sektor pertambanga.	regresi linier berganda, purposive sampling.	dimana (pengungkapan) CSR berpengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak. Insentif Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap hubungan antara CSR dengan agresivitas pajak.
6.	Krisnata dwi suyanto dan supramono (2012), likuiditas, leverage, komisaris independen, dan manajemen	Fenomena yang terjadi dalam penelitian ini adalah meningkatnya penerimaan pajak APBN dari tahun ketahun, sehingga sudah selayaknya bila pajak mendapatkan perhatian yang serius	Metode Purposive sampling	-likuiditas berpengaruh negative terhadap agresivitas perusahaan. -leverage berpengaruh positive dan signifikan terhadap agresivitas perusahaan. -proporsi komisaris independen

	laba terhadap agresivitas perusahaan.	dari pemerintah.		berpengaruh negative dan signifikan terhadap agresivitas perusahaan. -manajemen laba berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak.
7.	Roman Lanis and Grant Richardson, (2012). Corporate social responsibility and tax aggressiveness : a test of legitimacy theory	Faktanya, kekhawatiran publik bahwa perusahaan-perusahaan secara agresif menghindari pembayaran bagian pajak mereka yang adil telah mendorong Kantor Pajak Australia (ATO) untuk memulai beberapa program kepatuhan pajak utama dalam beberapa tahun terakhir (ATO, 2009). ATO telah menekankan dalam program-program ini bahwa ada risiko erosi pendapatan yang signifikan karena transaksi pajak agresif oleh perusahaan besar (ATO, 2009).	Basis data, statistic sampel, analisis korelasi, analisis regresi kuadrat terkecil (OLS), dan multivariant.	-hasilnya secara konsisten menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan secara statistik antara agresivitas pajak dan pengungkapan CSR, sehingga mengkonfirmasi teori legitimasi dalam konteks agresivitas pajak perusahaan.

8.	Walter F. Abbott, 1979. On the Measurement of Corporate Social Responsibility: Self-Reported Disclosures as a Method of Measuring Corporate Social Involvement	Tumbuhnya minat perusahaan dalam akuntansi sosial, yang dimaksudkan untuk memberikan perusahaan dengan langkah-langkah keterlibatan sosial yang dapat digunakan, menunjukkan kesadaran perusahaan baru-baru ini tentang keterkaitannya dengan masyarakat. Namun, studi empiris tentang keterlibatan sosial perusahaan berada dalam kondisi yang tidak berkembang.	Analisis sederhana, metode CSR	Metode pengungkapan sosial yang dilaporkan sendiri untuk mengukur keterlibatan sosial perusahaan, terlepas dari kekurangannya sendiri, ditemukan memiliki keuntungan signifikan sebagai teknik untuk mengukur tanggung jawab sosial perusahaan dan menghasilkan hasil yang secara umum bermakna ketika diterapkan pada pertanyaan di atas
----	--	---	--------------------------------	---

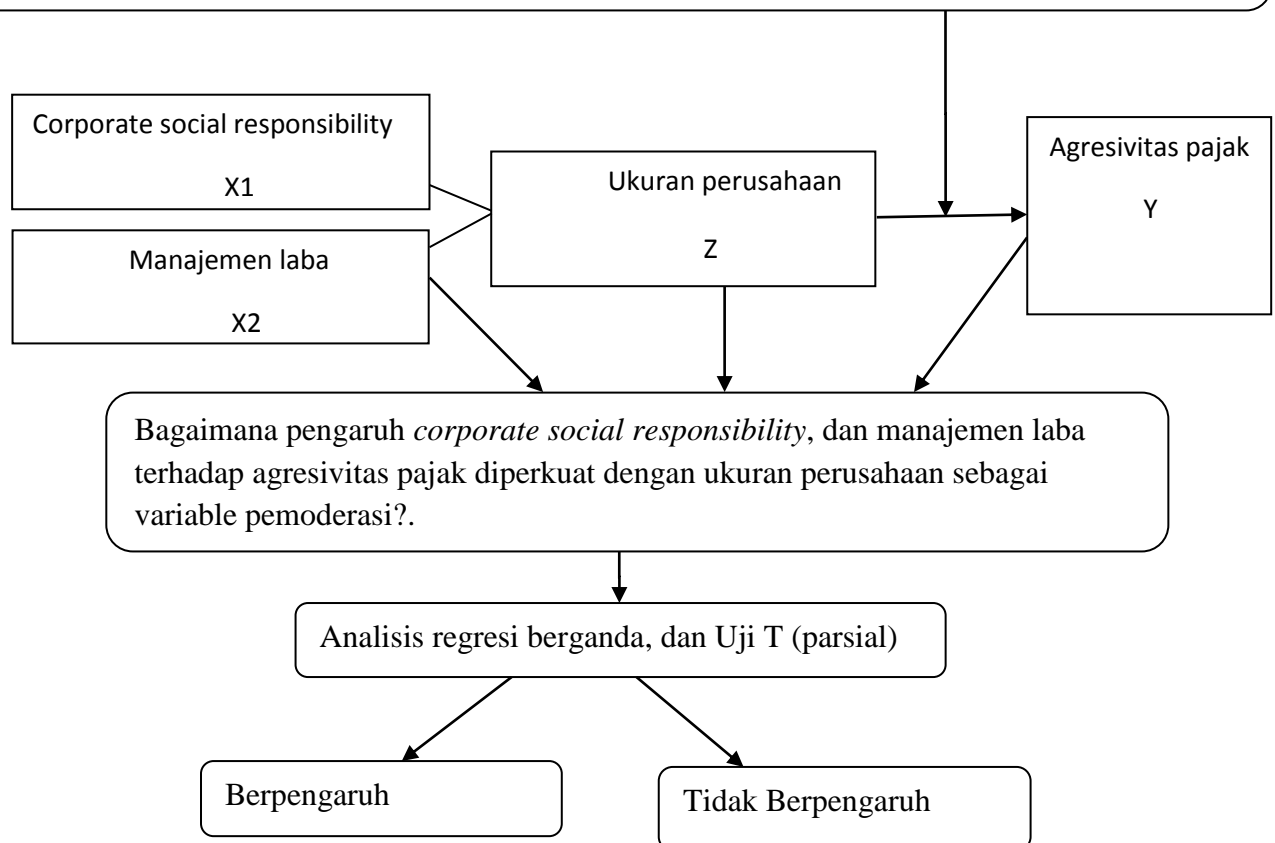
### 2.3 Kerangka Pemikiran Umum

Kerangka berfikir merupakan model konseptual bagaimana teori berhubungan dengan berbagai factor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting. Dalam penelitian ini menggunakan dua variable independen, satu variable moderasi, dan selanjutnya variable dependen penelitian yaitu Agresivitas pajak. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan 2.1 sebagai berikut

**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**

Berdasarkan informasi yang diterbitkan oleh [www.kontan.co.id](http://www.kontan.co.id) tentang PT pelita cengkareng yang menggugat balik Molucca dan PT Bank Permata Tbk tentang penghindaran pajak. Penggugatan ini dilakukan oleh PT pelita cengkareng secara perdata, terkait dengan kredit yang dilakukan PT Bank Permata Tbk kepada PT pelita cengkareng 16 september 2016, kemudian piutang seharusnya dibayarkan pada tanggal 31 desember 2017. Tetapi belum mulai dibayarkan, piutang PT Bank Permata Tbk telah dialihkan kepada Lux Masker dan Molucca dalam perjanjian jual beli piutang bersyarat. Diduga PT Bank Permata Tbk mendapatkan keuntungan soal penghindaran pajak yang dilakukan dari pajak PPH sebesar 25%. Kasus yang serupa juga terjadi pada PT Bank Mutiara Tbk tentang penghindaran pajak yang dilakukannya.

Basis Teori: Teori Agensi, yaitu terjadi *conflict of interest* antara pemegang saham sebagai *principal* dan pihak manajemen sebagai *agent*.



## **2.5 Hipotesis Penelitian**

Menurut Sugiyono (2016), hipotesis merupakan langkah ketiga dalam penelitian setelah mengemukakan kerangka berpikir dan landasan teori. Hipotesis merupakan jawaban sementara dari permasalahan yang akan diteliti. Hipotesis disusun dan diuji untuk menunjukkan benar atau salah dengan cara terbebas dari nilai dan pendapat peneliti yang menyusun dan mengujinya. Berdasarkan perumusan masalah dan kajian empiris yang telah dilakukan sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

H1 = Diduga Corporate Social Responsibility berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa efek Indonesia.

H2 = Diduga manajemen laba berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa efek Indonesia.

H3 = Diduga Corporate Social Responsibility berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak dengan pemoderasi ukuran perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa efek Indonesia.

H4 = Diduga manajemen laba berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak dengan pemoderasi ukuran perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa efek Indonesia.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif kasual (*causal associative research*) dengan menggunakan data kuantitatif. Menurut Sanusi (2011), asosiatif kasual adalah penelitian yang mencari hubungan antara dua variabel atau lebih. Tujuan dari penelitian asosiatif adalah untuk mencari hubungan antara satu variabel dengan variabel lain. Adapun yang dimaksud dengan penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang menggunakan data dalam bentuk angka. Dengan demikian penelitian asosiatif menggunakan pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini adalah penelitian yang bertujuan untuk mengukur dan menganalisis pengaruh beberapa elemen dari *agresivitas* pajak yaitu *corporate social responsibility*, manajemen laba, dan dimoderasi oleh ukuran perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan menggunakan data penelitian dalam bentuk angka. Jenis data penelitian yang digunakan adalah data panel. Data panel adalah data yang menggunakan objek penelitian suatu perusahaan dengan tahun penelitian dalam jangka waktu yang panjang.

#### **3.2 Sumber Data**

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan merupakan data kuantitatif. Sedangkan sumber data yang digunakan merupakan jenis data sekunder. Menurut Erlina (2008) dan Wiranata (2014), data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpulan data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan perbankan yang listing di BEI selama tahun 2015-2017, yang didokumentasikan dalam [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) serta sumber lain yang relevan seperti Indonesia *Capital Market Directory* (ICMD).

### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi pustaka, yaitu metode pengumpulan data dengan melakukan telaah pustaka, eksplorasi dan mengkaji berbagai sumber seperti buku, jurnal, dan sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian. Metode dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara melihat, menggunakan, dan mempelajari data-data sekunder yang diperoleh dari Indonesian *Stock Exchange* (IDX) dan Indonesian *Capital Market Directory* (ICMD) yaitu laporan keuangan perusahaan yang terpilih sebagai sampel yang terdaftar di BEI. Menurut Martono (2010) yaitu metode dokumentasi adalah penggunaan data yang berasal dari data-data yang sudah ada. Metode analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah model regresi linear.

### **3.4 Populasi Dan Sampel**

#### **3.4.1 Populasi**

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sector perbankan yang terdapat di Bursa Efek Indonesia. Menurut Sugiyono (2008:115), populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu. Ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah sektor perbankan yang sudah dipublikasikan melalui situs resmi BEI di [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

#### **3.4.2 Sampel**

Menurut Sugiyono (2008:116), sampel adalah sebagian dalam jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini adalah sektor perbankan konvensional pada periode 2015 hingga 2017. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Adapun kriteria-kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan perbankan konvensional yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) selama periode 2015 sampai 2017.
2. Perusahaan yang mengungkapkan laporan keuangan lengkap beserta data *corporate social responsibility* dalam laporan tahunan.
3. Perusahaan yang mempunyai laba positif selama tahun penelitian.

**Tabel 3.1 Kriteria Sampel**

No	Kriteria sampel	Jumlah
1.	Perusahaan perbankan konvensional yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) selama periode 2015 sampai 2017	44 perusahaan
3.	Perusahaan yang mengungkapkan laporan keuangan lengkap beserta data <i>corporate social responsibility</i> dalam laporan tahunan	25 perusahaan
4.	Perusahaan yang mempunyai laba positif selama tahun penelitian	19 perusahaan
Jumlah perusahaan yang memenuhi kriteria sampel		19 perusahaan

Sumber : data diperoleh dari [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

**Tabel 3.2 Daftar Perusahaan Yang Menjadi Sampel Penelitian**

No	Kode perusahaan	Nama perusahaan
1	AGRO	Bank rakyat Indonesia agro niaga Tbk
2	BBKP	Bank bukopin Tbk
3	BBMD	PT Bank mestika dharma Tbk
4	BBNI	Bank Negara Indonesia Tbk
5	BBRI	Bank rakyat Indonesia (persero) Tbk
6	BBTN	Bank tabungan Negara (persero) Tbk
7	BDMN	Bank danamon Indonesia Tbk

8	BJBR	Bank pembangunan daerah jawa barat dan banten Tbk
9	BJTM	Bank pembangnan daerah jawa timur Tbk
10	BMRI	Bank mandiri (persero) Tbk
11	BNGA	Bank CIMB niaga Tbk
12	BNII	PT bank maybank Indonesia Tbk
13	BSIM	Bank sinar mas Tbk
14	BVIC	Bank victoria internasional Tbk
15	INPC	Bank artha graha internasional Tbk
16	MAYA	Bank mayapada internasional Tbk
17	NISP	Bank OCBC NISP Tbk
18	PNBN	Bank PAN Indonesia Tbk
19	SDRA	PT bank woori saudara Indonesia 1960 Tbk

Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

### 3.5 Teknik Analisis Data

#### 3.5.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variable dependen, variable independen, dan variable moderasi. Dengan menggunakan perhitungan *effective tax rates*, *corporate social responsibility index*, *discretionary accrual (DA)*, dan ukuran perusahaan (*SIZE*) sebagai variable moderasi.

##### 3.5.1.1 Variabel Dependen

###### 1. Agresivitas pajak/(ETR) (Y)

Variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak. Khurana dan Moser (2009) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai tax planning perusahaan melalui aktivitas penghindaran pajak (*tax avoidance* atau *tax sheltering*). Adapun yang menjadi proksi agresivitas pajak adalah *Effective Tax Rates* (ETR) yang menggambarkan persentase total beban pajak penghasilan yang dibayarkan perusahaan dari seluruh total laba sebelum pajak. Lanis dan Richardson, (2012) menyatakan ETR merupakan pengukuran agresvitas yang

sering digunakan dalam penelitian. Nilai ETR dianggap dapat merefleksikan perbedaan tetap (*permanent different*) antara perhitungan laba akuntansi dengan laba fiskal (Frank et al. 2009). ETR mencerminkan besarnya beban pajak kini yang terutang oleh perusahaan dari laba komersial yang diperoleh perusahaan selama periode berjalan. ETR menyediakan informasi mengenai efek kumulatif dari insentif pajak serta perubahan tarif pajak yang terjadi dalam suatu perusahaan. Proksi ETR dinilai menjadi indikator adanya agresivitas pajak apabila memiliki ETR yang mendekati nol atau antara 0-1; diformulasikan pembagian beban pajak penghasilan dengan laba sebelum pajak dikalikan 100 persen. Semakin tinggi nilai ETR maka semakin rendah tingkat agresivitas pajak.

### **3.5.1.2 Variabel Independen**

#### *1. Corporate Social Responsibility/(CSR) (X1)*

Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Penelitian ini menggunakan variabel *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel independen. *Corporate Social Responsibility* yaitu mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial kedalam operasinya dan interaksinya dengan *stockholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum.

Pengungkapan *corporate social responsibility* merupakan pengungkapan informasi terkait dengan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan. Pengungkapan *corporate social responsibility* diukur dengan proksi CSRI (*corporate social responsibility index*) berdasarkan indikator GRI (*global reporting initiatives*) versi 3.1 yang diperoleh dari website ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)). Menurut Global Reporting Initiative 3.1 sebagai pedoman pengungkapan laporan sosial perusahaan, analisis ini menggambarkan upaya transaksional untuk memperpanjang kredibilitas pelaporan keuangan pada area tanggung jawab sosial dengan menggunakan standar penyusunan pelaporan yang digunakan secara internasional (Robert dan Koeplin, 2007). Indikator

pengungkapan *corporate social responsibility* yang dipakai dalam penelitian ini mengacu pada penelitian Sembiring (2005). Selanjutnya Sembiring (2005) telah memodifikasi bentuk pengungkapan sosial Hendriksen dan Milne (1996) agar sesuai dengan kondisi di Indonesia. Perhitungan variabel ini dilakukan oleh peneliti dengan mengukur pengungkapan tanggungjawab sosial laporan tahunan yang dilakukan dengan pengamatan mengenai ada tidaknya suatu item informasi yang ditentukan dalam laporan tahunan dengan asumsi setiap yang diungkapkan pasti telah dilakukan, apabila item informasi tidak ada dalam laporan tahunan maka diberi skor 0, dan jika item informasi yang ditentukan ada dalam laporan tahunan maka diberi skor 1. Metode pengukuran ini dinamakan dengan Checklist data (Haniffa et al, 2005 dalam Untari, 2010). Pada variabel ini, perhitungan dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan rumus indeks tanggungjawab sosial untuk menghitung pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan, yaitu :

$$index\ CSR = \frac{\sum skor}{skor\ max = N}$$

## 2. Manajemen Laba/(DA) (X2)

Untuk variable independen yang kedua penelitian ini menggunakan manajemen laba sebagai variable independen. manajemen laba berupa *income decreasing* terhadap agresivitas pajak perusahaan, dapat dijelaskan bahwa laba menjadi patokan untuk mengukur besarnya beban pajak perusahaan. Oleh karena itu, manajemen akan melaporkan laba di sesuaikan dengan tujuan yaitu menggunakan pilihan akuntansi yang mengurangi laba atau *income decreasing* maka semakin kecil pajak yang harus dibayarkan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan yang semakin agresif melakukan manajemen laba berupa *income decreasing* maka perusahaan tersebut juga semakin agresif terhadap pajak. Secara empiris telah dibuktikan oleh peneliti Scott (2000) yang menyatakan bahwa salah satu alasan perusahaan melakukan manajemen laba adalah mendapatkan pembayaran pajak yang paling minimal. Penelitian ini juga mendukung pendapat Watts dan Zimmerman (1990) dan Wulandari (2005), serta penelitian Badertscher, et al.

(2009) dimana praktek manajemen laba dilakukan oleh perusahaan sebagai alat untuk melakukan penghindaran regulasi pemerintah (*political cost hypothesis*). Salah satu regulasi pemerintah yang berkaitan langsung dengan laba perusahaan adalah pajak penghasilan badan. Menurut penelitian sebelumnya Reysky Aisyah Arief (2016) juga sependapat dengan penelitian Krisnata Dwi Suyanto dan Supramono (2012) yang menyatakan bahwa manajemen laba berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Namun, hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan Naomi Malem Rehna Ginting, Elly Suryani, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA (2018) yang menyatakan bahwa, manajemen laba (DA) secara parsial tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Indahwati (2017) yang menyatakan bahwa manajemen laba tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak perusahaan. Manajemen laba (DA) menggunakan perhitungan atau pengukuran DA, kebijakan metode akuntansi untuk melaporkan laba sesuai dengan keinginan. variabel ini, perhitungan dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan metode akuntansi untuk melaporkan laba sesuai dengan keinginan, yaitu:

$$DA_{it} = (TA_{it} - TAC_{it-1})/A_{it-1}$$

**Tabel 3.3 Ringkasan Definisi Operasional Variable Independen**

Definisi operasional variable independen			
No	Variable	Indicator	Skala pengukuran
1	<i>Corporate social responsibility</i>	menggunakan rumus index tanggung jawab social perusahaan. Dengan N=79 indikator.	$indeks\ CSR = \frac{\sum skor}{skor = n}$
2	Manajemen laba	Menggunakan kebijakan metode akuntansi untuk melaporkan laba sesuai dengan keinginan. Dengan model DE Angelo (1986)	$DA_{it} = (TA_{it} - TAC_{it-1})/A_{it-1}$

Sumber: berbagai literature penelitian

### 3.5.1.3 Variabel Moderating

#### 1. Ukuran Perusahaan/(SIZE) (Z)

Variabel moderating adalah variabel yang memperkuat atau memperlemah hubungan langsung antara variabel independen dengan variabel dependen (Indriantoro dan Supomo, 2002). Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel moderating adalah ukuran perusahaan (SIZE) dan berfungsi sebagai variabel moderating murni (*pure moderating*). Sehingga ukuran perusahaan tidak berfungsi sebagai variabel independen (Ghozali, 2013). Pada saat syarat pembebanan CSR secara juridis fiskal terpenuhi, maka perusahaan dapat membebaskan CSR secara fiskal. *Size* atau ukuran perusahaan diartikan sebagai sebuah skala dimana perusahaan dapat dikategorikan besar dan kecil. Pada penelitian ini ukuran perusahaan dilambangkan dengan *log natural total asset* (Ln).

$$SIZE = \text{Ln}(\text{total asset})$$

### 3.6 Uji Persyaratan Analisis Data

Sebelum analisis regresi linier dilakukan, maka harus diuji dulu dengan menggunakan uji asumsi klasik untuk memastikan apakah model regresi digunakan tidak terdapat masalah normalitas, autokorelasi, multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan interaksi. Jika terpenuhi maka model analisis layak untuk digunakan.

#### 3.6.1 Uji Asumsi Klasik

Sebelum data dianalisis lebih lanjut menggunakan analisis regresi berganda, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari: Uji normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji autokorelasi, Uji heterokedastisitas, dan Uji interaksi untuk variabel moderasi.

##### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam model regresi bertujuan untuk menguji bahwa distribusi data sampel yang digunakan telah terdistribusi dengan normal. Model regresi yang



baik memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali,2011). Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis statistic. Untuk menguji normalitas data, penelitian ini juga menggunakan uji statistic non-parametrik kolmogrof-smirnov (K-S) dengan tingkat signifikan 5%.

H0 = Data residual terdistribusi normal ( $\text{sig} > 0.05$ )

H1 = Data residual terdistribusi tidak normal ( $\text{sig} < 0.05$ )

Dasar pengambilan keputusan :

1. Jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka Ho diterima atau Ha ditolak yang berarti bahwa data residual berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka Ho ditolak atau H1 diterima yang berarti bahwa data residual tidak berdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi diantara variable bebas (Ghozali,2011). Deteksi terhadap ada tidaknya multikolinearitas dalam penelitian ini dengan cara sebagai berikut :

1. menganalisis matrix korelasi antar variable bebas, jika antar variable ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinearitas.
2. Melihat nilai *tolerance* dan nilai *variance inflation factor*, suatu model regresi yang bebas dari masalah multikolinearitas apabila mempunyai nilai *tolerance* lebih dari 0,10 atau 10% dan nilai *variance inflation factor* (VIF) kurang dari 10.
  1. Jika *tolerance value*  $> 0,10$  dan  $VIF < 10$ , maka tidak terjadi multikolonieritas.

2. Jika *tolerance value* < 0,10 dan *VIF* < 10, maka terjadi multikolonieritas

### 3. Uji Autokorelasi

Uji outokorelasi dalam model regresi bertujuan untuk menguji apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya), model regresi yang baik seharusnya tidak mengandung autokorelasi atau disebut regresi bebas (Ghozali, 2011). Dalam penelitian ini, untuk menguji autokorelasi dilakukan dengan uji *dubin-watson* (*DW test*). Tidak adanya autokorelasi dasar dilihat jika nilai  $\text{sig} > 0,05$  atau 5%.

$H_0$  = tidak ada autokorelasi ( $r = 0$ )

$H_1$  = ada autokorelasi ( $r \neq 0$ )

Nilai *Durbin- Watson* harus dihitung terlebih dahulu, kemudian bandingkan dengan nilai batas atas (DU) dan nilai batas bawah (DL) dengan ketentuan sebagai berikut :

1.  $dW < dL$ , ada autokorelasi positif
2.  $dL < dW < dU$ , tidak dapat disimpulkan
3.  $dU < dW < 4-dU$ , tidak terjadi autokorelasi
4.  $4-dU < 4-DL$ , tidak dapat disimpulkan
5.  $dW > 4-dL$ , ada autokorelasi negative

### 4. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam model regresi bertujuan menguji apakah terjadi ketidaksamaan variance dari residual 1 pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan kepengamatan lain tetap disebut homoskedastisitas dan jika sebaliknya disebut heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melakukan uji gleder. Uji ini dilakukan dengan meregres nilai absolut residual terhadap variable independen. Jika nilai signifikan antara variable independen dengan absolut

residual lebih dari 5% atau  $>0,05$  maka tidak terjadi masalah heretoskedastisitas (Ghozali, 2011).

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas atau terjadi homoskedastisitas.

Cara untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melakukan uji gletser. Uji ini dilakukan dengan meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. jika nilai signifikan antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 5% atau  $>0,05$  maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas (Ghozali, 2011).

### 3.6.2 Analisis Regresi Berganda

Pengujian dalam penelitian ini dilakukan dengan analisis regresi linear berganda yaitu suatu metode statistik yang umum digunakan untuk meneliti hubungan antara sebuah variabel dependen dengan beberapa variabel independen. Adapun model regresi yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Analisis Regresi Berganda

$$\gamma = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

2. Analisis Regresi Berganda untuk Variabel Pemoderasi

$$\gamma = \alpha + \beta_1 X_1 Z + \beta_2 X_2 Z + \beta_3 X_3 Z + \beta_4 X_4 Z + \varepsilon$$

Dimana :

$\alpha$	: Konstanta persamaan regresi
Y	: Agresivitas pajak
X1	: Coeporate social responsibility
X2	: Manajemen laba
Z	: Variabel Pemoderasi (ukuran perusahaan)
$\beta_1 - \beta_4$	: Koefisien Regresi
e	: eror (kesalahan acak)

### 3.6.3 Pengujian Hipotesis

#### 1. Uji parsial (T-test)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan: Jika t hitung lebih kecil dari t tabel, maka  $H_0$  diterima, sedangkan Jika t hitung lebih besar dari t tabel, maka  $H_0$  ditolak.

Uji t dapat juga dilakukan hanya melihat signifikansi t masing-masing variabel yang terdapat pada output hasil regresi menggunakan SPSS. jika angka signifikansi t lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05) maka dapat dikatakan bahwa ada pengaruh yang kuat antara variabel independen dengan variabel dependen (Ghozali, 2013). Rumusan hipotesis:

$H_0$  : artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel terikat Y

$H_a$  : artinya terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel terikat Y

Kriteria pengujian dengan signifikansi ( $\alpha$ )=0,05 ditentukan sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka secara parsial bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

### 3.7 Hipotesis Statistik

#### 1. Hipotesis Satu

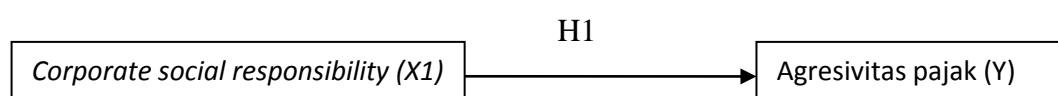
##### **Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *agresivitas pajak***

*Corporate social responsibility* dalam penelitian ini merujuk kepada tanggung jawab social masyarakat yang terdapat di laporan tahunan perusahaan. Ketika tanggung jawab social perusahaan memiliki peran yang signifikan didalam perusahaan maka *corporate social responsibility* dari laporan tahunan tersebut dipengaruhi oleh kinerja perusahaan tersebut. Apabila keadaan kinerja perusahaan baik maka keadaan *corporate social responsibility* nya baik sehingga mendapatkan nilai atau citra positif dari masyarakat terkait dengan perusahaan tersebut. Sebaliknya, apabila keadaan kinerja perusahaan buruk atau tidak baik maka keadaan *corporate social responsibility* nya buruk sehingga mendapatkan citra negatif dari masyarakat terkait dengan perusahaan tersebut. Nilai *corporate social responsibility* tersebut berdampak juga terhadap laba yang diperoleh perusahaan. Dalam penelitian Lanis dan Richardson (2012), dan Watson (2012) yang menyatakan bahwa variable pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh negative terhadap agresivitas pajak. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan, maka semakin rendah tingkat agresivitas pajak yang dilakukan. Hasil ini menjelaskan bahwa semakin tinggi sikap tanggung jawab yang dimiliki perusahaan dicerminkan dalam sikap patuhnya dalam membayar jumlah beban pajak yang telah ditetapkan atau

dapat dapat disimpulkan perusahaan semakin tidak agresif terhadap pajak. Adapun hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

Ho1 : Corporate social responsibility tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

Ha1 : Corporate social responsibility berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.



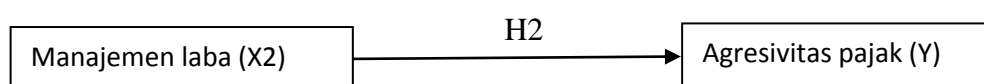
## 2. Hipotesis Ke-dua

### Pengaruh Manajemen Laba terhadap agresivitas pajak

Manajemen laba merupakan upaya manajer perusahaan untuk mengintervensi atau memengaruhi informasi-informasi dalam laporan keuangan dengan tujuan untuk mengelabui stakeholders yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan. Pajak menjadi masalah bagi perusahaan karena membayar pajak akan menurunkan laba bersih perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan akan melakukan manajemen laba guna mengurangi beban pajak (Scott,2000 & Badertscher et al,2009). Perusahaan lebih mungkin untuk menggunakan pilihan akuntansi yang mengurangi profit (income decreasing) yang dilaporkan untuk menurunkan pendapatan kena pajak sehingga perusahaan dapat melakukan penghematan atas beban pajak. Frank et al, (2009), menemukan hubungan positif antara manajemen laba terhadap agresivitas pajak. Adapun hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

Ho2 : Manajemen laba tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

Ha2 : Manajemen laba berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.



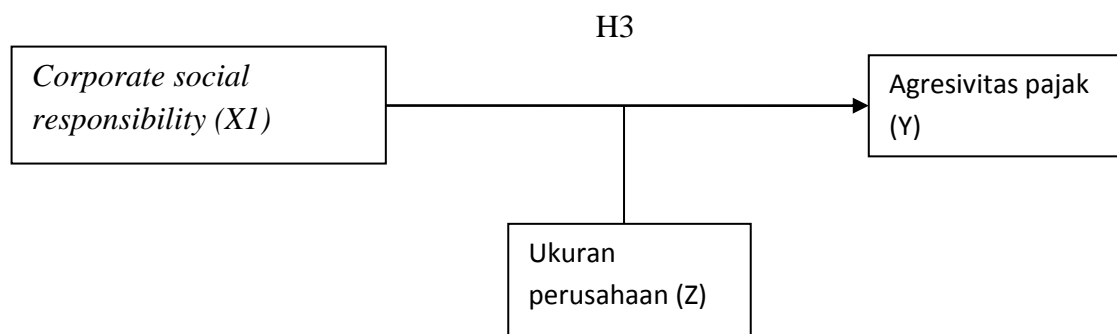
### 3. Hipotesis Ke-tiga

#### **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Pemoderasi Ukuran Perusahaan**

Agresivitas pajak merupakan hal yang saat ini sangat lazim dilakukan oleh perusahaan-perusahaan besar maupun kecil di seluruh dunia. Hal tersebut sama seperti yang dinyatakan Balakrishnan et al. (2011) bahwa suatu perusahaan terlibat dalam berbagai bentuk perencanaan pajak untuk dapat mengurangi kewajiban pajak yang diperkirakan. Perusahaan yang melakukan agresivitas pajak akan meminimalkan pembayaran pajak perusahaan demi pencapaian keuntungannya (Utari dan Rohman, 2015). Salah satu karakteristik perusahaan yang penting adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan suatu pengukuran yang dikelompokkan berdasarkan besar kecilnya perusahaan dan dapat menggambarkan aktivitas serta pendapatan perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar usaha yang dilakukan perusahaan untuk menarik perhatian masyarakat (Nugraha dan Meiranto, 2015). *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan yang dilaksanakan dengan cara menjalin suatu kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan perusahaan, komunitas setempat dan masyarakat umum. Tujuan hal tersebut untuk meningkatkan kualitas hidup dengan cara yang bermanfaat bagi kelangsungan bisnis suatu perusahaan maupun untuk pembangunan. Menurut Michael Fontaine (2013) tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) dilakukan tidak hanya demi kepentingan pelanggan dan investor, tetapi juga untuk karyawan, pemasok, pemerintah, dan masyarakat luas. Penelitian Ida Ayu Intan Suryadewi dan Ni Ketut Rasmini, (2018) , menyatakan bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak. Adapun hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

Ho3 : *Corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak dengan pemoderasi ukuran perusahaan.

Ha3 : *Corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak dengan pemoderasi ukuran perusahaan.



#### 4. Hipotesis Empat

##### **Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Pemoderasi Ukuran Perusahaan**

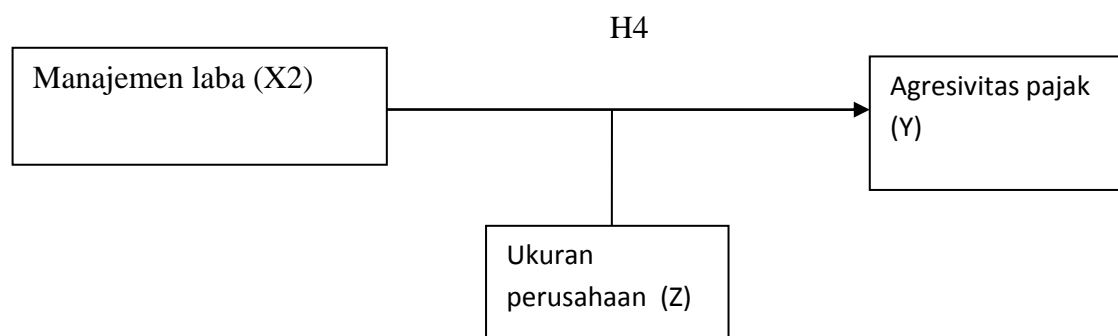
Agresivitas pajak merupakan hal yang saat ini sangat lazim dilakukan oleh perusahaan-perusahaan besar maupun kecil di seluruh dunia. Hal tersebut sama seperti yang dinyatakan Balakrishnan et al. (2011) bahwa suatu perusahaan terlibat dalam berbagai bentuk perencanaan pajak untuk dapat mengurangi kewajiban pajak yang diperkirakan. Perusahaan yang melakukan agresivitas pajak akan meminimalkan pembayaran pajak perusahaan demi pencapaian keuntungannya (Utari dan Rohman, 2015). Salah satu karakteristik perusahaan yang penting adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan suatu pengukuran yang dikelompokkan berdasarkan besar kecilnya perusahaan dan dapat menggambarkan aktivitas serta pendapatan perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar usaha yang dilakukan perusahaan untuk menarik perhatian masyarakat (Nugraha dan Meiranto, 2015). manajemen laba berupa *income decreasing* terhadap agresivitas pajak perusahaan, dapat dijelaskan bahwa laba menjadi patokan untuk mengukur besarnya beban pajak perusahaan. Oleh karena



itu, manajemen akan melaporkan laba di sesuaikan dengan tujuan yaitu menggunakan pilihan akuntansi yang mengurangi laba atau *income decreasing* maka semakin kecil pajak yang harus dibayarkan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan yang semakin agresif melakukan manajemen laba berupa *income decreasing* maka perusahaan tersebut juga semakin agresif terhadap pajak. Secara empiris telah dibuktikan oleh peneliti Scott (2000) yang menyatakan bahwa salah satu alasan perusahaan melakukan manajemen laba adalah mendapatkan pembayaran pajak yang paling minimal. Menurut Agustina Lastarida Simamora, (2017) menyatakan bahwa manajemen laba terhadap agresivitas pajak dan dimoderasi oleh ukuran perusahaan mampu memperkuat variable tersebut. Adapun hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

Ho4 : Manajemen laba tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak dengan pemoderasi ukuran perusahaan.

Ha4 : Manajemen laba berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak dengan pemoderasi ukuran perusahaan.

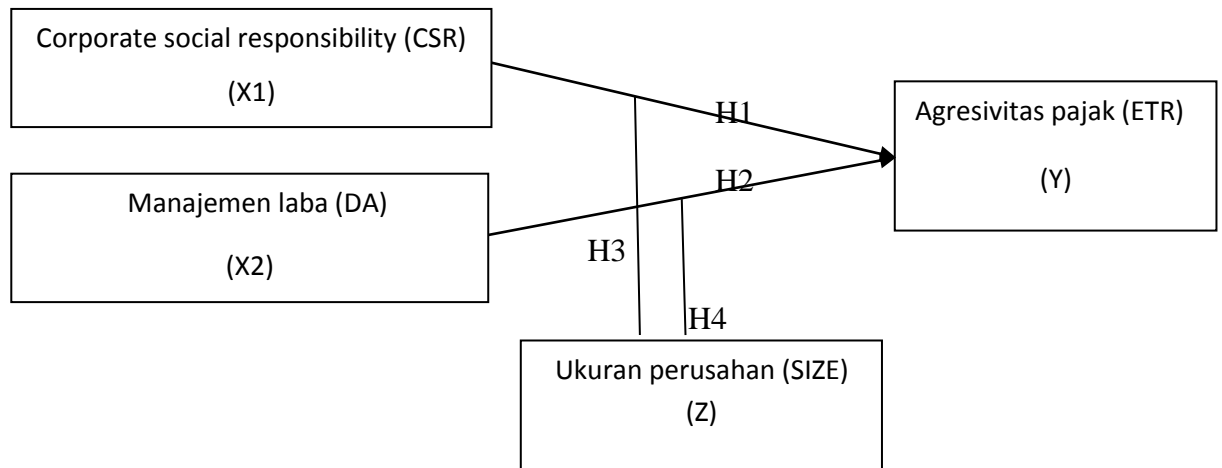


### 3.8 Kerangka Hipotesis

Hipotesis merupakan gambaran atau jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan (Suharyadi dan purwanto, 2015). Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum berdasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data

(Sugiyono, 2014:99). Dalam hal ini kerangka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

**Gambar 3.1 Kerangka Hipotesis**



## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Deskripsi Data Gambaran Umum Objek Penelitian**

Menurut Sugiono (2008:116), sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Metode pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan pada sektor perbankan konvensional yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) selama periode 2015-2017. Peneliti telah menetapkan beberapa kriteria untuk menyeleksi perusahaan-perusahaan yang datanya dapat dijadikan penyelesaian penelitian ini. Sehingga sampel yang digunakan sebanyak 19 perusahaan dengan periode penelitian selama 3 tahun.

##### **a. Deskripsi Perusahaan**

Berikut ini beberapa profil perusahaan yang dijadikan sampel penelitian antara lain:

##### **1. BVIC**

PT Bank Victoria Internasional Tbk (BVIC) pertama kali didirikan dengan nama PT Bank Victoria berdasarkan akta perseroan terbatas No.71 tanggal 28 oktober 1992 yang dibuat dihadapan notaris Amrul Partomuan Pohan SH, LLM. Nama Bank Victoria kemudian berubah menjadi PT Bank Victoria Internasional berdasarkan akta pembedulan No.30 tanggal 8 juni 1993. Bank Victoria secara komersial memulai kegiatan operasionalnya pada tanggal 5 oktober 1994 setelah memperoleh izin usaha sebagai bank umum pada tanggal 10 agustus 1994. Pada tahun 1999, Bank Victoria telah mencatat sahamnya di Bursa Efek Jakarta, sejak saat itu Bank Victoria aktif melaksanakan berbagai aksi korporasi seperti penawaran umum terbatas dan meerbitkan obligasi.

## 2. INPC

Bank Artha Graha Internasional Tbk ([INPC](#)) didirikan tanggal 07 September 1973 dengan nama PT Inter-Pacific Financial Corporation dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1975 sebagai lembaga keuangan bukan bank. Kantor pusat Bank Artha Graha terletak Gedung Artha Graha, Kawasan Niaga Terpadu Sudirman, Jalan Jenderal Sudirman Kav. 52-53, Jakarta Selatan 12190 – Indonesia. Bank Artha Graha memiliki 39 kantor cabang, 64 kantor cabang pembantu, 14 kantor kas, 12 payment point, 1 mobile terminal. Pada tanggal 2 Februari 1993, PT Inter-Pacific Financial Corporation berubah nama menjadi PT Inter-Pacific Bank dan mendapatkan izin usaha sebagai bank umum dari Menteri Keuangan Republik Indonesia tanggal 24 Februari 1993. Kemudian tanggal 01 September 1998 PT Inter-Pacific Bank berubah nama menjadi Bank Inter-Pacific Tbk.

## 3. SDAR

Bank Woori Saudara Indonesia 1906 Tbk (sebelumnya Bank Himpunan Saudara 1906 Tbk) ([SDRA](#)) didirikan 15 Juni 1972. Kantor pusat SDRA berlokasi di Gedung Bank Woori Saudara, Jl. Diponegoro No. 28, Bandung 40115 – Indonesia. Saat ini, Bank Woori Saudara memiliki 22 kantor cabang, 99 kantor cabang pembantu, 1 kantor fungsional, 20 kantor kas dan 28 kas mobil. Pada tanggal 04 Desember 2006, SDRA memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham SDRA (IPO) kepada masyarakat sebanyak 500.000.000 dengan nilai nominal Rp100,- per saham dengan harga penawaran Rp115,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 15 Desember 2006.

## 4. BBNI

Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk (Bank BNI) ([BBNI](#)) didirikan 05 Juli 1946 di Indonesia sebagai Bank Sentral. Pada tahun 1968, BNI ditetapkan menjadi “Bank Negara Indonesia 1946”, dan statusnya menjadi Bank Umum Milik Negara. Kantor pusat Bank BNI berlokasi di Jl. Jend. Sudirman Kav. 1, Jakarta

10220 – Indonesia. Bank BNI memiliki 196 kantor cabang, 944 cabang pembantu domestik serta 829 outlet lainnya. Selain itu, jaringan Bank BNI juga meliputi 5 kantor cabang luar negeri yaitu Singapura, Hong Kong, Tokyo, London dan Korea Selatan serta 1 kantor perwakilan di New York.

## **5. BMRI**

Bank Mandiri didirikan pada 2 Oktober 1998, sebagai bagian dari program restrukturisasi perbankan yang dilaksanakan oleh pemerintah Indonesia. Pada bulan Juli 1999, empat bank pemerintah -- yaitu Bank Bumi Daya, Bank Dagang Negara, Bank Ekspor Impor Indonesia dan Bank Pembangunan Indonesia -- dilebur menjadi Bank Mandiri, dimana masing-masing bank tersebut memiliki peran yang tak terpisahkan dalam pembangunan perekonomian Indonesia. Sampai dengan hari ini, Bank Mandiri meneruskan tradisi selama lebih dari 140 tahun memberikan kontribusi dalam dunia perbankan dan perekonomian Indonesia.

## **6. AGRO**

Bank Rakyat Indonesia Agroniaga Tbk (Bank BRI AGRO) (dahulu Bank Agroniaga Tbk) ([AGRO](#)) didirikan tertanggal 27 September 1989 dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1990. Kantor pusat Bank BRI AGRO berlokasi di Gedung BRI AGRO, Jl. Warung Jati Barat No.139 (d/h Jl. Mampang Prapatan Raya No.139 A) Jaksel 12740. Bank BRI AGRO memiliki 1 kantor pusat non operasional, 16 kantor cabang dan 19 kantor cabang pembantu. Bank AGRO diakuisisi oleh [Bank BRI](#) pada tahun 2011 dan kemudian ditahun 2012 nama Bank Agroniaga Tbk diganti menjadi Bank Rakyat Indonesia Agroniaga Tbk (Bank BRI AGRO).

## **7. BBRI**

Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk (Bank BRI) ([BBRI](#)) didirikan 16 Desember 1895. Kantor pusat Bank BRI berlokasi di Gedung BRI I, Jl. Jenderal Sudirman Kav. 44-46, Jakarta 10210. Saat ini, BBRI memiliki 19 kantor wilayah, 1 kantor inspeksi pusat, 19 kantor inspeksi wilayah, 462 kantor cabang domestik, 1 kantor

cabang khusus, 609 kantor cabang pembantu, 984 kantor kas, 5.380 BRI unit, 3.180 teras & teras keliling dan 3 teras kapal. Bank BRI juga memiliki 2 kantor cabang luar negeri yang berlokasi di Cayman Islands dan Singapura, 2 kantor perwakilan yang berlokasi di New York dan Hong Kong, serta memiliki 5 anak usaha yaitu Bank Rakyat Indonesia Agroniaga Tbk ([AGRO / BRI Agro](#)), PT Bank BRISyariah, PT Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera (BRI Life dahulu dikenal Bringin Life), BRI Remittance Co. Ltd. Hong Kong dan PT BRI Multifinance Indonesia (BRI Finance), dimana masing-masing anak usaha ini dimiliki oleh Bank BRI sebesar 87,23%, 99,99875%, 91,001%, 100% dan 99% dari total saham yang dikeluarkan.

#### **8. BJBR**

Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk (Bank Jabar Banten / Bank BJB) ([BJBR](#)) didirikan pada tanggal 08 April 1999. Bank BJB sebelumnya merupakan sebuah perusahaan milik Belanda di Indonesia yang dinasionalisasi pada tahun 1960 yaitu N.V. Denis (De Eerste Nederlandsche Indische Shareholding) dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tanggal 20 Mei 1961. Kantor pusat Bank BJB berlokasi di Menara Bank bjb, Jl. Naripan No. 12-14, Bandung 40111 – Indonesia. Saat ini, Bank BJB memiliki 63 kantor cabang, 311 kantor cabang pembantu, 337 kantor kas, 142 payment point.

#### **9. BSIM**

Bank Sinarmas Tbk ([BSIM](#)) didirikan dengan nama PT Bank Shinta Indonesia tanggal 18 Agustus 1989 dan mulai beroperasi secara komersial pada tanggal 16 Februari 1990. Kantor pusat Bank Sinarmas beralamat di Sinar Mas Land Plaza Menara I, Lt 1 & 2, Jln. M.H. Thamrin No. 51, Jakarta Pusat 10350 dan memiliki 1 kantor cabang utama, 72 kantor cabang, 1 kantor cabang fungsional, 130 kantor cabang pembantu, 27 kantor cabang syariah, 141 kantor kas, dan 10 kantor kas syariah di Indonesia.

## 10. BBTN

Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk (Bank BTN) ([BBTN](#)) didirikan 09 Februari 1950 dengan nama “Bank Tabungan Pos”. Kantor pusat Bank BTN berlokasi di Jalan Gajah Mada No. 1, Jakarta Pusat 10130 – Indonesia. Bank BTN memiliki 88 kantor cabang (termasuk 23 kantor cabang syariah), 279 cabang pembantu (termasuk 36 kantor cabang pembantu syariah), 483 kantor kas (termasuk 6 kantor kas syariah), dan 2.951 SOPP (System on-line Payment Point/Kantor Pos on-line).

## 11. NISP

Bank OCBC NISP Tbk (dahulu Bank NISP Tbk) ([NISP](#)) didirikan tanggal 04 April 1941 dengan nama NV. Nederlandsch Indische Spaar En Deposito Bank dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1941. Kantor pusat NISP terletak di OCBC NISP Tower, Jl. Prof. Dr. Satrio Kav. 25 (Casablanca), Jakarta 12940 – Indonesia. Saat ini, Bank OCBC NISP memiliki 46 kantor cabang, 249 kantor cabang pembantu, 22 kantor kas, 10 kantor cabang syariah dan 12 payment point. Pada awal pendiriannya, NISP beroperasi sebagai bank tabungan kemudian tanggal 20 Juli 1967 NISP memperoleh izin untuk beroperasi sebagai bank umum dari Menteri Keuangan Republik Indonesia. Lalu tanggal 08 September 2009 NISP memperoleh ijin unit usaha syariah Berdasarkan Keputusan Deputi Gubernur Bank Indonesia, NISP mulai melakukan kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah pada tanggal 12 Oktober 2009.

## 12. BBMD

Bank Mestika Dharma Tbk ([BBMD](#)) didirikan tanggal 27 April 1955 dan memulai kegiatan komersial pada tanggal 12 Desember 1956. Kantor pusat BBMD beralamat di Mestika Building, Jln. H. Zainul Arifin No.118, Medan 20153 – Indonesia. Saat ini, BBMD memiliki 11 kantor cabang, 45 kantor cabang pembantu dan 8 kantor kas yang tersebar di beberapa provinsi di Indonesia. Pada tanggal 28 Juni 2013, BBMD memperoleh pernyataan efektif dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk melakukan [Penawaran Umum Perdana Saham BBMD](#) (IPO) kepada masyarakat sebanyak 430.000.000 dengan nilai nominal

Rp200,- per saham dengan harga penawaran Rp1.380,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 08 Juli 2013.

### **13. MAYA**

Bank Mayapada Internasional Tbk ([MAYA](#)) didirikan 07 September 1989 dan mulai beroperasi secara komersial pada tanggal 16 Maret 1990. Kantor pusat Bank Mayapada berlokasi di Mayapada Tower Lt. 2, Jl. Jendral Sudirman Kav. 28 – Jakarta. Bank Mayapada memiliki 36 kantor cabang, 77 kantor cabang pembantu, 7 kantor kas dan 85 kantor fungsional. Bank Mayapada memperoleh ijin usaha sebagai bank komersial dari Kementerian Keuangan pada tanggal 16 Maret 1990 dan memperoleh ijin kegiatan usaha sebagai bank devisa dari Bank Indonesia pada tanggal 3 Juni 1993. Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan Bank Mayapada adalah menjalankan kegiatan usaha di bidang perbankan dan jasa keuangan lainnya. Pada tanggal 07 Agustus 1997, MAYA memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham MAYA (IPO) kepada masyarakat sebanyak 65.000.000 dengan nilai nominal Rp500,- per saham dengan harga penawaran Rp800,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 29 Agustus 1997.

### **14. BNII**

Bank Maybank Indonesia Tbk (d/h Bank Internasional Indonesia Tbk / Bank BII) ([BNII](#)) didirikan 15 Mei 1959. Kantor pusat Bank Maybank beralamat di Sentral Senayan III, Jalan Asia Afrika No. 8, Gelora Bung Karno – Senayan, Jakarta 10270 – Indonesia. Bank Maybank memiliki 1 kantor pusat, 81 kantor cabang, 313 kantor cabang pembantu, 1 kantor cabang pembantu mikro, 23 kantor fungsional mikro, 1 kantor kas, 7 kantor cabang Syariah dan 2 kantor cabang pembantu Syariah.



## 15. BNGA

Bank CIMB Niaga Tbk (dahulu Bank Niaga Tbk) ([BNGA](#)) didirikan 04 Nopember 1955. Kantor pusat Bank CIMB Niaga berlokasi di Jl. Jend. Sudirman Kav. 58, Jakarta. Saat ini Bank CIMB Niaga memiliki 156 kantor cabang, 586 kantor cabang pembantu, 34 kantor pembayaran, 30 Unit cabang Syariah dan 616 kantor layanan Syariah. Sejak berdirinya, BNGA telah mengalami 4 (empat) kali penggabungan usaha (merger), yaitu:

- Tanggal 22 Oktober 1973 dengan PT Bank Agung;
- Tanggal 30 November 1978 dengan PT Bank Tabungan Bandung;
- Tanggal 17 Oktober 1983 dengan PT Bank Amerta; dan
- Tanggal 1 November 2008 dengan Bank Lippo Tbk

## 16. BBKP

Bank Bukopin Tbk ([BBKP](#)) didirikan di Indonesia pada tanggal 10 Juli 1970 dengan nama Bank Umum Koperasi Indonesia (disingkat Bukopin) dan mulai melakukan usaha komersial sebagai bank umum koperasi di Indonesia sejak tanggal 16 Maret 1971. Kantor pusat BBKP beralamat di Gedung Bank Bukopin, Jalan M.T. Haryono Kav. 50-51, Jakarta 12770 – Indonesia. Saat ini, Bank Bukopin memiliki 41 kantor cabang, 129 kantor cabang pembantu, 75 kantor fungsional, 152 kantor kas, dan 35 payment points. Dalam perkembangannya, Bank Bukopin telah melakukan penggabungan usaha dengan beberapa bank umum koperasi. Kemudian pada 02 Januari 1990 dalam Rapat Anggota Bank Umum Korporasi Indonesia memutuskan mengganti nama Bank menjadi Bank Bukopin.

## 17. BDMN

Bank Danamon Indonesia Tbk ([BDMN](#)) didirikan 16 Juli 1956 dengan nama PT Bank Kopra Indonesia. Kantor pusat BDMN berlokasi di Menara Bank Danamon, Jl. HR. Rasuna Said, Blok C No 10, Jakarta Selatan – Indonesia. Bank Danamon

memiliki 42 kantor cabang utama domestik, 1.180 kantor cabang pembantu domestik dan danamon simpan pinjam, 13 kantor cabang utama dan kantor cabang pembantu syariah. Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan BDMN adalah menjalankan kegiatan usaha di bidang perbankan dan melakukan kegiatan perbankan lainnya berdasarkan prinsip Syariah. BDMN mulai melakukan kegiatan berdasarkan prinsip Syariah tersebut sejak tahun 2002 dan pada tahun 2004 mulai melakukan kegiatan usaha mikro dengan nama Danamon Simpan Pinjam. Selain itu, Bank Danamon juga menjalankan usaha diluar perbankan melalui anak usahanya, yakni bidang pembiayaan dan asuransi. Pada tanggal 24 Oktober 1989, BDMN memperoleh pernyataan efektif dari Menteri Keuangan untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham BDMN (IPO) kepada masyarakat sebanyak 12.000.000 dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham dengan harga penawaran Rp12.000,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 06 Desember 1989.

### **18. BJTM**

Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk (Bank Jatim) ([BJTM](#)) didirikan pada tanggal 17 Agustus 1961 dengan nama PT Bank Pembangunan Daerah Djawa Timur dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1961. Kantor pusat Bank Jatim berlokasi di Jl. Basuki Rachmat No.98-104 Surabaya 60271 Jawa Timur. Saat ini, Bank Jatim memiliki 41 kantor cabang, 158 kantor cabang pembantu, 191 kantor kas, 174 payment point dan 79 kas mobil serta 1 unit usaha Syariah yang mempunyai 7 cabang Syariah, 8 kantor cabang pembantu Syariah, 191 kantor layanan Syariah, 6 payment point Syariah dan 6 kas mobil Syariah. Pada tanggal 29 Juni 2012, BJTM memperoleh pernyataan efektif dari BAPEPAM & LK untuk melakukan [Penawaran Umum Perdana Saham BJTM](#) (IPO) kepada masyarakat sebanyak 2.983.537.000 Saham Seri B dengan nilai nominal Rp250,- per saham dan harga penawaran Rp430,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 12 Juli 2012.

## 19. PNBN

Bank Pan Indonesia Tbk (Bank Panin / Panin Bank) ([PNBN](#)) (Bank Panin) didirikan tanggal 14 Agustus 1971 dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada 18 Agustus 1971. Kantor pusat Bank Pan Indonesia terletak di Gedung Panin Centre Jl. Jend. Sudirman Kav 1 (Senayan), Jakarta 10270 – Indonesias. Bank Panin memiliki 58 kantor cabang di Indonesia dan 1 kantor perwakilan di Singapura. Pada tanggal 28 Oktober 1982, PNBN memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham PNBN (IPO) kepada masyarakat sebanyak 1.637.500 dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham dengan harga penawaran Rp3.475,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 29 Desember 1982.

### 4.2 Hasil Penelitian

Variable penelitian yang digunakan adalah variable dependen, variable independen, dan variable moderasi. Dimana variable dependennya adalah Agresivitas pajak, variable independennya adalah *Corporate Sosial Responsibility*, dan manajemen laba, serta variable moderasinya adalah ukuran perusahaan. Berikut adalah tabulasi data yang telah dihitung sesuai dengan alat ukur yang dikemukakan pada BAB sebelumnya.

#### 4.2.1 Hasil Perhitungan Penelitian

##### 1. Variable Dependen

##### a. Hasil perhitungan Agresifitas pajak (Y)

Agresifitas pajak dalam penelitian ini menggunakan indicator ETR yaitu beban pajak penghasilan dibagi dengan laba sebelum pajak (Lanis, Richardson, 2011). Adapun rumus menghitung ETR sebagai berikut:

$$ETR = \frac{\text{beban pajak penghasilan}}{\text{laba sebelum pajak}} \times 100\%$$

**Tabel 4.1 Agresivitas Pajak**

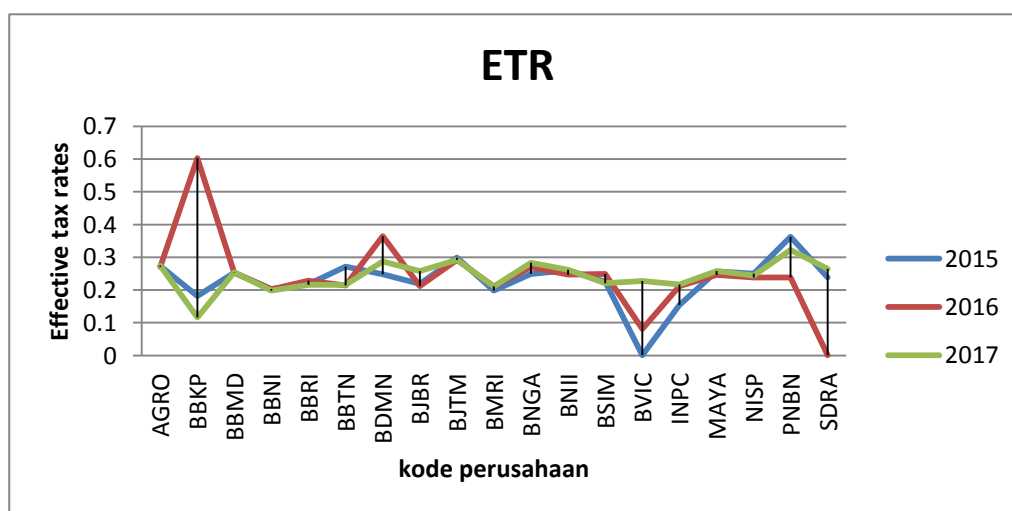
No	Kode perusahaan	ETR			Rata-rata
		2015	2016	2017	
1	AGRO	0,273508	0,270854	0,274423	0,272928
2	BBKP	0,181909	0,602648	0,115598	0,300051
3	BBMD	0,253272	0,252662	0,254034	0,253323
4	BBNI	0,202825	0,202246	0,197770	0,200947
5	BBRI	0,217986	0,227993	0,215488	0,220489
6	BBTN	0,271483	0,213562	0,215998	0,233681
7	BDMN	0,247560	0,364284	0,286750	0,299532
8	BJBR	0,218203	0,212229	0,257701	0,229378
9	BJTM	0,298711	0,291925	0,291746	0,294127
10	BMRI	0,197844	0,211210	0,210556	0,206537
11	BNGA	0,249330	0,269754	0,283340	0,267475
12	BNII	0,259841	0,247345	0,261479	0,256222
13	BSIM	0,225149	0,249031	0,220536	0,231572
14	BVIC	0,000807	0,080763	0,227361	0,102977
15	INPC	0,153861	0,211861	0,216564	0,194095
16	MAYA	0,257214	0,245593	0,257916	0,253574
17	NISP	0,250130	0,238697	0,243890	0,244239
18	PNBN	0,362064	0,238382	0,322265	0,307570
19	SDRA	0,238416	0,000229	0,264998	0,167881

Sumber: Data diolah, 2019

Berdasarkan tabel perhitungan *effective tax rates*, perusahaan yang melakukan *agresivitas* pajak dapat dilihat dari hasil olah data dengan menggunakan rumus ETR diatas dengan batasan standar yang digunakan dalam ETR adalah 0,10000. Tetapi jika nilai ETR semakin rendah (mendekati 0) maka perusahaan dianggap

semakin agresif terhadap pajak. Dari hasil tabel 4.1 menjelaskan bahwa perusahaan yang melakukan agresivitas pajak dengan nilai ETR rendah atau paling mendekati 0 adalah perusahaan BVIC pada tahun 2015 sebesar 0,000807. Sedangkan, untuk yang mengalami tingkat agresivitas sedang sedang pada periode 2015 adalah perusahaan INPC sebesar 0,153861, BBKP sebesar 0,181909, BMRI sebesar 0,197844, BMRI sebesar 0,197844, BBNI sebesar 0,202825, serta perusahaan yang lainnya memiliki nilai ETR pada 2015 sebesar 0,2. Sedangkan perusahaan PNBN memiliki nilai ETR sebesar 0,362064. Pada 2016 nilai ETR terendah dimiliki oleh perusahaan SDRA sebesar 0,000229, dan BVIC sebesar 0,080763. Sedangkan perusahaan yang memiliki tingkat ETR yang tinggi pada perusahaan BBKP sebesar 0.602648. pada tahun 2017 perusahaan yang memiliki nilai terendah dimiliki oleh perusahaan BBKP sebesar 0,115598 dan nilai ETR tertinggi dimiliki oleh PNBN sebesar 0,322265. Sehingga untuk persahaan yang lainnya memiliki tingkat ETR yang sedang.

**Grafik 4.1 Agresivitas pajak**



Sumber: Data diolah, 2019

Berdasarkan grafik diatas menunjukkan bahwa Agresivitas pajak rata-rata tertinggi dimiliki oleh BBKP pada tahun 2016 sebesar 0,300051, sedangkan Agresivitas pajak terendah rata-rata dimiliki oleh BVIC pada tahun 2015 sebesar 0,102977 dan

SDRA pada tahun 2016 sebesar 0,167881. Hal ini memungkinkan perusahaan yang berperilaku Agresivitas pajak dianggap tidak bertanggung jawab secara social. Dari sudut pandang masyarakat, apabila perusahaan melakukan tindakan dengan satu tujuan tunggal yakni untuk menghindari pajak, maka hal tersebut dianggap tidak membayar “nilai wajar” pajak kepada pemerintah untuk pembiayaan barang public.

## 2. Variabel Independen

### a. Hasil perhitungan *Corporate Sosial Responsibility* (X1)

Pengukuran ini dilakukan dengan mencocokkan item pada check list dengan item yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Apabila item i diungkapkan maka diberikan skor 1, jika item i tidak diungkapkan maka diberikan skor 0 pada check list data. Adapun rumus untuk menghitung CSRI sebagai berikut:

$$\text{Indeks CSR} = \frac{\sum \text{skor}}{\text{skor max} = N}$$

Dimana : N =79 indikator

**Tabel 4.2 corporate social responsibility**

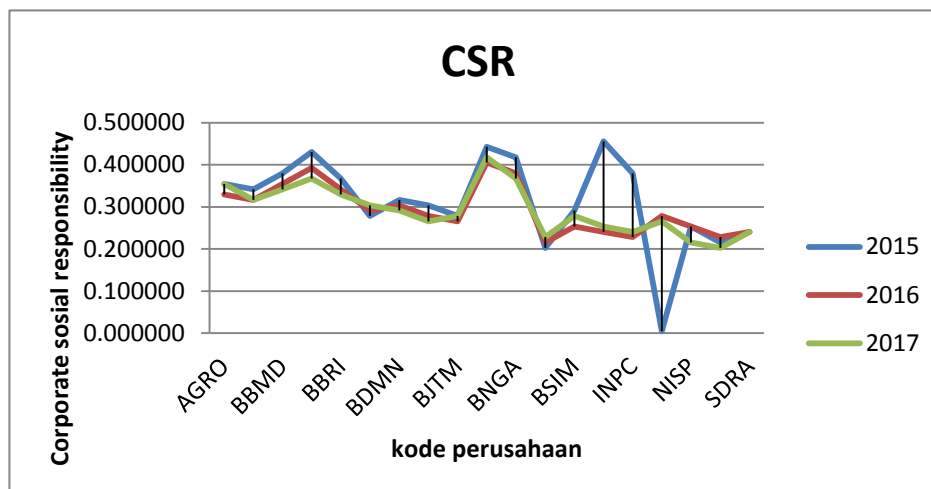
No	Kode perusahaan	CSR			Rata-rata
		2015	2016	2017	
1	AGRO	0,354430	0,329114	0,354430	0,345991
2	BBKP	0,341772	0,316456	0,316456	0,324895
3	BBMD	0,379747	0,354430	0,341772	0,358650
4	BBNI	0,430380	0,392405	0,367089	0,396625
5	BBRI	0,367089	0,341772	0,329114	0,345992
6	BBTN	0,278481	0,291139	0,303797	0,291139
7	BDMN	0,316456	0,303797	0,291139	0,303797
8	BJBR	0,303797	0,278481	0,265823	0,282700

9	BJTM	0,278481	0,265823	0,278481	0,274262
10	BMRI	0,443038	0,405063	0,417722	0,421941
11	BNGA	0,417722	0,379747	0,367089	0,388186
12	BNII	0,202532	0,215190	0,227848	0,215190
13	BSIM	0,291139	0,253165	0,278481	0,274262
14	BVIC	0,455696	0,240506	0,253165	0,316456
15	INPC	0,379747	0,227848	0,240506	0,282700
16	MAYA	0,004807	0,278481	0,265823	0,183037
17	NISP	0,253165	0,253165	0,215190	0,240507
18	PNBN	0,215190	0,227848	0,202532	0,215190
19	SDRA	0,240506	0,240506	0,240506	0,240506

Sumber: Data diolah, 2019

Berdasarkan perhitungan tabel *corporate social responsibility* diatas rata-rata setiap perusahaan berbeda. Perusahaan yang mengungkapkan nilai CSR yang paling bagus pada tahun 2015 adalah perusahaan BVIC sebesar 0,455696, BMRI sebesar 0,443038, dan BNGA sebesar 0,417722, BBNI sebesar 0.430380, dan perusahaan yang mengungkapkan nilai CSR yang paling buruk adalah MAYA sebesar 0,004807, pada 2016 perusahaan yang mengungkapkan nilai CSR yang paling bagus adalah perusahaan BMRI sebesar 0,405063, dan yang paling buruk adalah perusahaan BNII sebesar 0,215190, pada tahun 2017 perusahaan yang mengungkapkan CSR paling bagus adalah BMRI sebesar 0,417722 dan perusahaan yang mengungkapkan CSR paling buruk adalah perusahaan PNBN sebesar 0,202532 sehingga perusahaan yang mengungkapkan CSR paling bagus selama tiga tahun adalah perusahaan BMRI dengan rata-rata nilai sebesar 0,421941 dan perusahaan yang paling buruk selama tiga tahun dalam mengungkapkan CSR adalah perusahaan MAYA dengan nilai rata-rata sebesar 0,183037.

**Grafik 4.2 corporate social responsibility**



Sumber: Data diolah, 2019

Berdasarkan grafik diatas menunjukkan bahwa Corporate Sosial Responsibility (CSR) rata-rata tertinggi dimiliki oleh BVIC pada tahun 2016 sebesar 0,316456, dan rata-rata terendah dimiliki oleh MAYA pada tahun 2015 sebesar 0,183037. Hal ini merupakan pelaporan aktivitas CSR perusahaan yang dapat dipergunakan sebagai salah satu alat evaluasi atas kinerja perusahaan serta dianggap sebagai praktik akuntabilitas perusahaan. Salah satu alasan perusahaan memerlukan pengungkapan kinerja social yaitu pengungkapan CSR akan bermanfaat bagi perusahaan dalam peningkatan keuntungan dimasa depan serta meningkatkan emage positive dimasyarakat

#### **b. Hasil perhitungan manajemen laba (X2)**

Manajemen laba diproksikan berdasarkan pengansumsian bahwa tingkat akrual yang di *nondiscretionary* mengikuti pola *rondom walk*. Dalam menghitung manajemen laba digunakan rumus sebagai berikut:

$$DA_{it} = (TA_{it} - TAC_{it-1})/A_{it-1}$$



**Tabel 4.3 manajemen laba**

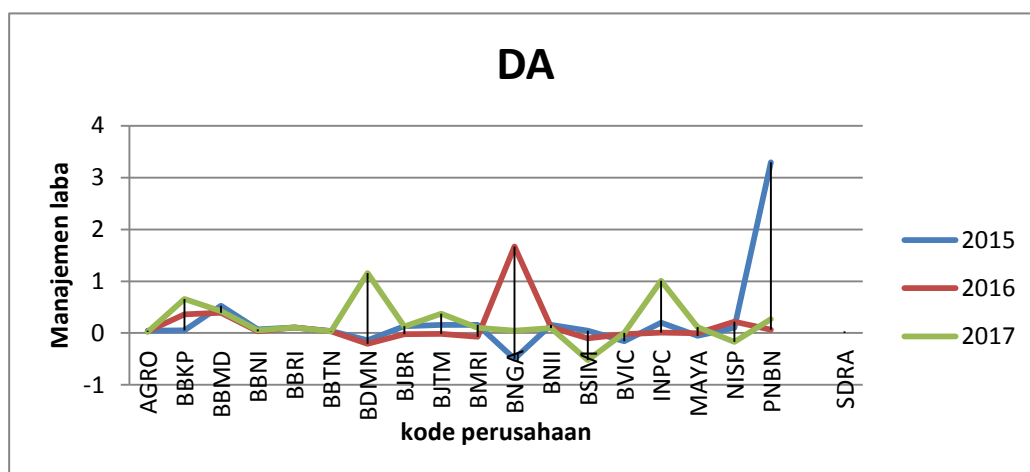
No	Kode perusahaan	Manajemen laba (DA)			Rata-rata
		2015	2016	2017	
1	AGRO	0,045926	0,031773	0,018681	0,032127
2	BBKP	0,050326	0,363535	0,654685	0,356182
3	BBMD	0,526477	0,391706	0,419792	0,445992
4	BBNI	0,069339	0,034077	0,052386	0,051934
5	BBRI	0,108701	0,110574	0,109665	0,109647
6	BBTN	0,037782	0,033558	0,030701	0,034014
7	BDMN	-0,140307	-0,208082	1,159740	0,270450
8	BJBR	0,129869	-0,018802	0,126350	0,079139
9	BJTM	0,157405	-0,014425	0,373373	0,172118
10	BMRI	0,154354	-0,072997	0,103984	0,061781
11	BNGA	-0,500211	1,667691	0,048498	0,405326
12	BNII	0,154432	0,112171	0,094335	0,120312
13	BSIM	0,048043	-0,100012	-0,524175	-0,192048
14	BVIC	-0,154994	-0,024859	0,002321	-0,059178
15	INPC	0,198527	0,011061	1,010276	0,406621
16	MAYA	-0,052294	-0,000348	0,112831	0,020063
17	NISP	0,103149	0,218385	-0,170796	0,050246
18	PNBN	3,295277	0,062154	0,271095	1,209509
19	SDRA	0,032558	-0,000008	0,000265	0,010938

Sumber: data diolah,2019

Berdasarkan tabel perhitungan manajemen laba diatas rata-rata nilai pada setiap perusahaan ada yang berbeda. Berdasarkan standar yang digunakan DeAngelo, jika memiliki rata-rata nilai 0 maka tidak ada manajemen laba. Perusahaan yang melakukan manajemen laba dengan tingkat rendah adalah perusahaan AGRO pada tahun 2015 sebesar 0,045926, 2016 sebesar 0,031773, dan tahun 2017 sebesar 0,018681. Dan perusahaan yang melakukan manajemen laba dengan tingkat tinggi adalah perusahaan DBMD pada tahun 2015 sebesar 0,526477, 2016

sebesar 0,391706, dan tahun 2017 sebesar 0,419792. Sedangkan perusahaan yang melakukan manajemen laba dengan nilai yang negatif adalah perusahaan BDMN, BJBR, BJTM, BMRI, BNGA, BSIM, BFIC, dan MAYA sehingga perusahaan lainnya yang melakukan manajemen laba memiliki tingkat sedang.

**Grafik 4.3 manajemen laba**



Sumber: data diolah, 2019

Berdasarkan grafik diatas menunjukkan bahwa *Earning management* (EM) rata-rata tertinggi dimiliki oleh PNBN pada tahun 2015 sebesar 1,2095, sedangkan rata-rata terendah dimiliki oleh BSIM pada tahun 2017 sebesar -0,1920. Salah satu karakteristik manajemen laba adalah meminimumkan laba (*income minimation*) dengan cara mengurangi laba sehingga menghasilkan laba minimum yang dilaporkan maka perusahaan dapat meminimalkan besar pajak yang harus dibayarkan kepada pemerintah.

### 3. Variabel pemoderasi

#### a. Hasil perhitungan Ukuran perusahaan (Z)

Untuk menghindari adanya data yang tidak normal (ekstrem) tersebut maka dalam menghitung ukuran perusahaan data total asset perlu diubah kedalam logaritma natural. Dalam menghitung ukuran perusahaan digunakan rumus sebagai berikut:

$$SIZE = \ln(\text{total asset})$$

**Tabel 4.4 Ukuran perusahaan**

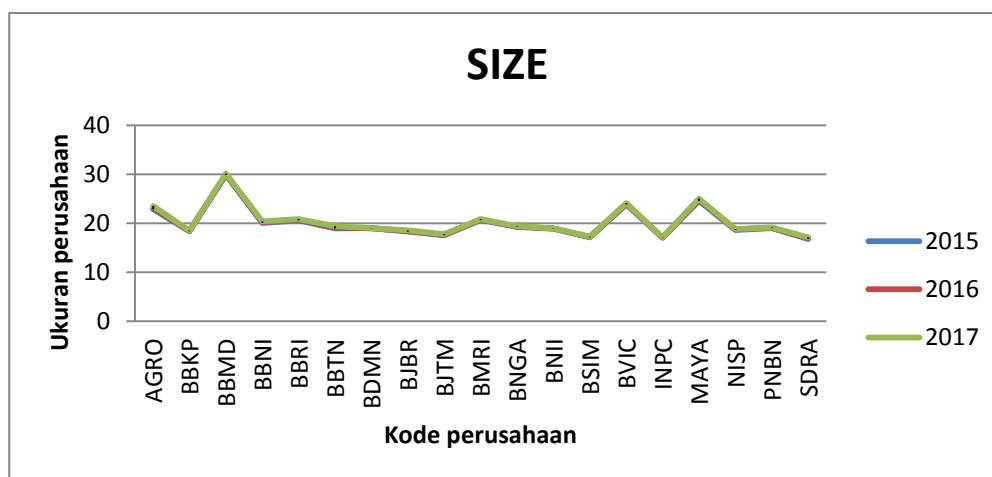
No	Kode perusahaan	Ukuran perusahaan (SIZE)			Rata-rata
		2015	2016	2017	
1	AGRO	22,847263	23,154944	23,515979	23,172728
2	BBKP	18,362580	18,448083	18,483120	18,431261
3	BBMD	29,872751	29,990738	30,100632	29,988040
4	BBNI	20,047163	20,217481	20,379832	20,214825
5	BBRI	20,593643	20,726904	20,842158	20,720901
6	BBTN	18,961886	19,182274	19,381429	19,175196
7	BDMN	19,052258	18,977071	18,998737	19,009356
8	BJBR	18,300741	18,443601	18,560270	18,434871
9	BJTM	17,572133	17,577477	17,757455	17,635688
10	BMRI	20,629025	20,761242	20,840783	20,743683
11	BNGA	19,291343	19,302677	19,400154	19,331392
12	BNII	18,875691	18,931580	18,970266	18,925846
13	BSIM	17,143014	17,255692	17,230087	17,209598
14	BVIC	23,869600	23,981362	24,084530	23,978497
15	INPC	17,039145	17,082031	17,137918	17,086364
16	MAYA	24,579902	24,831499	25,037356	24,816252
17	NISP	18,606998	18,744186	18,850994	18,734059
18	PNBN	19,025655	19,109695	19,179343	19,104898
19	SDRA	16,812219	16,934815	17,114546	16,953860

Sumber: data diolah, 2019

Berdasarkan tabel perhitungan ukuran perusahaan di atas rata-rata setiap perusahaan memiliki nilai yang sama, dan masuk dalam kategori *family size*. Perusahaan yang memiliki nilai ukuran perusahaan yang tinggi adalah perusahaan DBMD pada tahun 2015 sebesar 29,872751, 2016 29,990738, dan tahun 2017 sebesar 30,100632. Dan perusahaan yang memiliki nilai ukuran perusahaan yang

rendah adalah perusahaan adalah perusahaan INPC pada tahun 2015 sebesar 17,039145, 2016 sebesar 17,082031, dan tahun 2017 sebesar 17,137918. Sedangkan perusahaan yang lainnya berada pada nilai ukuran perusahaan yang sedang.

**Grafik 4.4 ukuran perusahaan**



Sumber: data diolah, 2019

Berdasarkan grafik diatas menunjukkan bahwa *size* rata-rata tertinggi dimiliki oleh BBMD sebesar 29,9880, sedangkan *size* rata-rata terendah dimiliki oleh SDR sebesar 16,9538. Semakin banyak jumlah karyawan berarti semakin banyak hasil yang diproduksi, semakin besar asset berarti semakin banyak modal yang ditanam, semakin tinggi jumlah penjualan berarti semakin banyak perputaran uang, dan semakin tinggi kapitatalisasi pasa maka perusahaan semakin dikenal dimasyarakat.

#### 4.2.2 Hasil Uji Prasyarat Data

##### 1. Uji Normalitas

Uji statistik yang digunakan untuk mengetahui normalitas data dalam penelitian ini menggunakan *One-sampel Kolmogrof-Smirnof (K-S)* yang dapat dilihat sebagai berikut :

**Tabel 4.5 Uji Normalitas Data**

<b>Runs Test</b>	
Unstandardized Residual	
Test Value <sup>a</sup>	-.01314
Cases < Test Value	21
Cases >= Test Value	22
Total Cases	43
Number of Runs	25
Z	.621
Asymp. Sig. (2-tailed)	.534

a. Median

Sumber: hasil analisis data,2019

Hasil uji normalitas dengan menggunakan uji normalitas data dengan cara *Runs test* yang telah dipaparkan pada tabel diatas menunjukkan nilai signifikan (*two-tailed*) untuk variabel agresivitas pajak, *corporate social responsibility*, manajemen laba sebesar 0,534 Dengan nilai Z sebesar 0,621. Dari hasil tersebut terlihat bahwa nilai signifikansi dengan uji *Runs test* untuk semua variable lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut terdistribusi secara normal dan penelitian dapat dilanjutkan dengan menggunakan alat uji parametrik (Suharyadi dan Purwanto, 2015).

## 2. Uji Multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable independen.

**Tabel 4.6 Uji Multikolinieritas**

		<b>Coefficients<sup>a</sup></b>					<b>Collinearity Statistics</b>	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	3.098	1.297		2.389	.022		
	csr	-.420	.180	-.375	-2.337	.025	.852	1.174
	ml	.022	.022	.153	1.030	.310	.990	1.010
	uk	.317	.265	.193	1.198	.238	.850	1.176

a. Dependent Variable: ap

Sumber: hasil analisis data,2019

Berdasarkan uji multikolinieritas diatas, menunjukkan hasil perhitungan *varian inflatanion faktor (VIF)* menunjukkan bahwa *corporate social responsibility*, dan manajemen laba memiliki nilai VIF kurang dari 10 dan *Tolerance* lebih dari 0,10 yaitu *corporate social responsibility* memperoleh nilai VIF sebesar 1,005 dengan nilai *Tolerance* sebesar 0,995, manajemen laba memperoleh nilai VIF sebesar 1,005 dengan nilai *Tolerance* sebesar 0,995, Maka tidak terjadi multikolonieritas.

### 3. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (yang sebelumnya).

**Tabel 4.7 Uji Autokorelasi**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.334 <sup>a</sup>	.111	.067	.10114	2.756

a. Predictors: (Constant), ML, CSR

b. Dependent Variable: AP

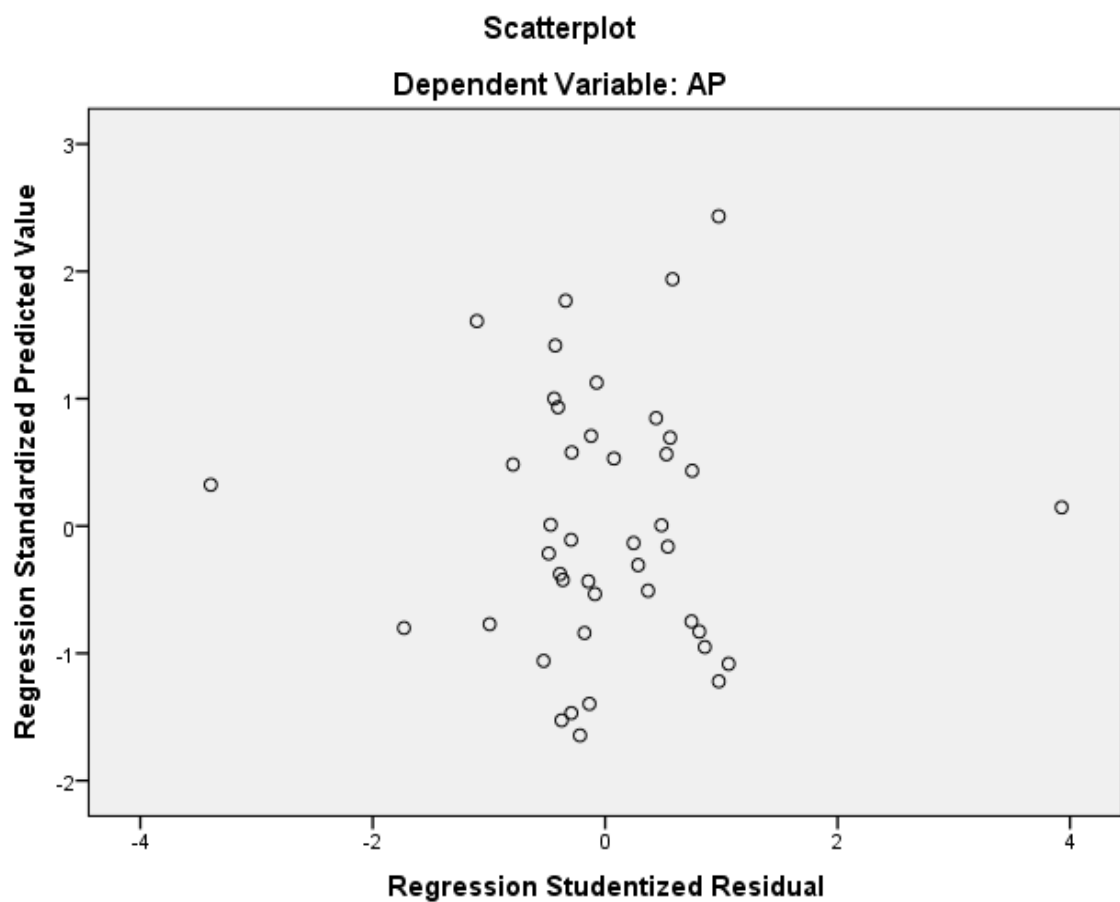
Sumber: hasil analisis data,2019

Berdasarkan hasil analisis statistik diperoleh nilai Dw sebesar 2,756 dengan jumlah sample sebanyak 57 serta jumlah variabel Independen (K) sebanyak 2, maka nilai *durbin watson* akan di dapat DL sebesar 1,5004 dan DU sebesar 1,6452 dengan kesimpulan  $1,6452 < 2,756 < 4 - 1,6452$ , maka tidak terjadi autokorelasi.

#### 4. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika tetap maka disebut homokedastisitas.

**Tabel 4.8 Uji Heteroskedastisitas**



Sumber: hasil analisis data,2019

Berdasarkan gambar *Scatterplot* diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak namun tidak tersebar secara baik, karena titik-titik tersebut lebih banyak mengumpul dibawah titik nol pada sumbu Y, tetapi titik-tik tersebut juga ada yang menyebar diatas angka nol, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

### 4.2.3 Hasil Analisis Data

#### 4.2.3.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistic deskriptif bertujuan menjelaskan deskriptif data dari seluruh variabel yang akan dimasukan dalam model penelitian. Tabel 4.10 menunjukan hasil statistic deskriptif dari variabel-variabel dalam penelitian ini. Informasi mengenai statistic deskriptif tersebut meliputi : nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi. Standar deskriptif untuk variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility* (X1), manajemen laba (X2), ukuran perusahaan (Z), agresivitas pajak (Y) dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut :

**Tabel 4.9 Analisis Statistik Deskriptif**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ap	57	.30	3.78	3.2821	.53122
csr	57	1.68	3.66	3.4433	.25528
ml	43	.48	4.52	3.0038	.71467
uk	57	5.23	5.48	5.3005	.06255
Valid N (listwise)	43				

Sumber: hasil analisis data,2019

Berdasarkan tabel 4.14 yang menyajikan statistic deskriptif meliputi minimum, maxsimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi. Dilihat bahwa sampel penelitian ini adalah 19 perusahaan selama 3 tahun, sehingga diperoleh 57 data yang menjadi sampel penelitian dan dapat dilakukan observasi.



1. Dari tabel statistik deskriptif diatas dapat diketahui bahwa variable dependen (Y) *agresivitas* pajak diperoleh rata-rata sebesar 3.2821 dan standar deviasinya 0.53122. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen (Y) ini baik, karena nilai rata-rata lebih besar dari nilai penyimpangannya.
2. *Corporate social responsibility* (X1) diperoleh nilai rata-rata sebesar 3.4433 dan nilai standar deviasinya sebesar 0.25528. Maka dapat disimpulkana bahwa variabel *Corporate social responsibility* ini baik, karena nilai rata-rata lebih besar dari nilai penyimpangannya.
3. Manajemen laba (X2) diperoleh nilai rata-rata sebesar 3.0038 dan nilai standar deviasinya adalah sebesar 0.71467. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel manajemen laba ini baik karena nilai rata-rata lebih besar dari nilai penyimpangannya.
4. Ukuran Perusahaan (Z) diperoleh nilai Rata-rata sebesar 5.3005 dan nilai standar deviasinya adalah sebesar 0.06255. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel ini baik karena nilai rata-rata lebih besar dari nilai penyimpangannya.

#### **4.2.3.2 Analisis Regresi Berganda**

Analisis regresi linier berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan linier antara beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Selain itu, analisis regresi linier berganda juga digunakan untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen yang biasanya berupa hubungan positif dan negatif. Hasil analisis regresi linier berganda penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.10 Analisis Regresi Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	3.098	1.297		2.389	.022
	csr	-.420	.180	-.375	-2.337	.025
	ml	.022	.022	.153	1.030	.310
	Uk	.317	.265	.193	1.198	.238

a. Dependent Variable: ap

Dengan persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 4.490 - 0.339X_1 + 0.024X_2$$

Berdasarkan hasil persamaan diatas terlihat bahwa :

1. Nilai konstanta  $\beta_0$  adalah 4.490 artinya dengan dipengaruhi *corporate social responsibility*, dan manajemen laba, Yang diukur dengan menggunakan CSRI, dan DA. Maka *agresivitas* pajak akan meningkat sebesar 4,490.
2. Nilai koefisien *corporate social responsibility* yang diproksikan dengan CSRI untuk variabel X1 sebesar -0,339 dan bertanda negatif, hal ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* mempunyai hubungan yang berlawanan arah. Hal ini mengandung Arti bahwa setiap *corporate social responsibility* 1% maka variabel *agresivitas* pajak akan turun sebesar -0,339 dengan asumsi bahwa variabel yang lain dari model regresi adalah tetap.
3. Nilai koefisien manajemen laba yang diproksikan dengan DA untuk variabel X2 sebesar 0,024 dan bertanda positif. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan *agresivitas* pajak 1% maka variabel manajemen laba akan naik sebesar 0,024 dengan asumsi bahwa variabel yang lain dari model regresi adalah tetap.

#### 4.2.3.3 Uji Parsial (t Test)

Uji Parsial (t Test) pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh volume perdagangan, dividend, size, kurs dan inflasi secara individual dalam menerangkan variabel volatilitas harga saham. Hasil uji parsial melalui analisis regresi bergansa dapat dilihat pada tabel 4.9 sebagai berikut.

**Tabel 4.11 Uji T test**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	3.098	1.297		2.389	.022
	csr	-.420	.180	-.375	-2.337	.025
	ml	.022	.022	.153	1.030	.310
	uk	.317	.265	.193	1.198	.238

a. Dependent Variable: ap

Berdasarkan Dari tabel tersebut terlihat bahwa terdapat t hitung untuk setiap variabel sedangkan t tabel diperoleh melalui tabel T ( $\alpha$  : 0,05 dan df : n-3) sehingga  $\alpha$  : 0,05 dan df : 57 - 3 = 54 maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,67356. Berdasarkan tabel 4.16 maka dapat dilihat ringkasan hasil untuk pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

Hipotesis	Variabel	Signifikan	Keputusan
H1	<i>Corporate social responsibility</i>	0,025	Hipotesis 1 diterima
H2	Manajemen laba	0,310	Hipotesis 2 ditolak

Maka dapat diambil kesimpulan pada setiap variabel adalah sebagai berikut:

1. Variabel *corporate social responsibility* (X1) yang diukur dengan *CSRI* memiliki nilai t-hitung sebesar -2.024 yang artinya bahwa t hitung lebih

kecil daripada t tabel ( $-2.024 < 1,67356$ ) dan tingkat signfikasi sebesar  $0,050 = 0,05$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dan bermakna bahwa terdapat pengaruh antara *corporate social responsibility* terhadap *agresivitas* pajak.

2. Variabel manajemen laba ( $X_2$ ) yang diukur dengan *DA* memiliki nilai t-hitung sebesar 1.103 yang artinya bahwa t hitung lebih kecil daripada t tabel ( $1.103 < 1,67356$ ) dan tingkat signfikasi sebesar  $0.277 > 0,05$ . Dengan demikian  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak dan bermakna bahwa tidak ada pengaruh antara manajemen laba terhadap *agresivitas* pajak

#### 4.2.3.4 Moderated Regression Analysis (MRA)

**Tabel 4.12 Analisis Regresi Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-5.107	8.902		-.574	.570
	Csr	-.406	.181	-.363	-2.248	.030
	MI	2.025	2.149	13.822	.942	.352
	Uk	2.336	2.184	1.420	1.070	.291
	ml_uk	-1.990	2.136	-13.832	-.932	.357

a. Dependent Variable: ap

		Excluded Variables <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
Model		Beta In	T	Sig.	Partial Correlation	Tolerance	VIF	Minimum Tolerance
1	csr_uk	-238.634 <sup>b</sup>	-.533	.597	-.087	1.120E-7	8925895.537	1.120E-7

a. Dependent Variable: ap

b. Predictors in the Model: (Constant), ml\_uk, csr, uk, ml

Estimasi dengan regresi linier berganda dengan *Moderated Regression Analysis (MRA)* untuk melihat efek moderasi pada penelitian ini digunakan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_1Z + b_6X_2Z + b_7X_3Z + b_8X_4Z$$

$$Y = -5,107 - 0,406X_1 + 2,025X_2 + 2,336Z - 238,634X_1Z - 1,990X_2Z$$

Berdasarkan hasil persamaan diatas terlihat bahwa:

1. Nilai  $\alpha$  adalah -5,107 artinya jika  $X_1$  dan  $X_2$  nilainya 0, maka  $Y$  (Agresivitas pajak) nilainya adalah -5,107.
2. Nilai koefisien variabel  $X_1$  (Corporate Sosial Responsibility) sebesar -0,406 artinya jika  $X_1$  mengalami kenaikan 1 satuan maka  $Y$  (Corporate Sosial Responsibility) akan mengalami penurunan sebesar -0,406.
3. Nilai koefisien variabel  $X_2$  (Manajemen Laba) sebesar 2,025 artinya jika  $X_2$  mengalami kenaikan 1 satuan maka  $Y$  (Kualitas Laba) akan mengalami penurunan sebesar 2,025.

#### **\*Moderasi**

1. Nilai koefisien variabel  $X_1*Z$  (corporate Sosial Responsibility dengan Ukuran Perusahaan) sebesar -238,634 artinya jika nilai  $X_1*Z$  mengalami kenaikan 1 satuan maka  $Y$  (Agresivitas Pajak) akan mengalami penurunan sebesar -238,634 dengan asumsi variabel lain tetap.
2. Nilai koefisien variabel  $X_2*Z$  (Manajemen Laba dengan Ukuran Perusahaan) sebesar -1,990 artinya jika nilai  $X_2*Z$  mengalami kenaikan 1 satuan maka  $Y$  (Agresivitas Pajak) akan mengalami penurunan -1,990 dengan asumsi variabel lain tetap.

#### 4.2.3.5 Uji t untuk Variabel Moderasi

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-5.107	8.902		-.574	.570
	csr	-.406	.181	-.363	-2.248	.030
	ml	2.025	2.149	13.822	.942	.352
	uk	2.336	2.184	1.420	1.070	.291
	ml_uk	-1.990	2.136	-13.832	-.932	.357

a. Dependent Variable: ap

Excluded Variables <sup>a</sup>						
Model	Beta In	T	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics Tolerance	
1	csr_uk	-238.634 <sup>b</sup>	-.533	.597	-.087	1.120E-7

a. Dependent Variable: ap

b. Predictors in the Model: (Constant), ml\_uk, csr, uk, ml

Berdasarkan Dari tabel tersebut terlihat bahwa terdapat t hitung untuk setiap variabel sedangkan untuk t tabel diperoleh melalui tabel T ( $\alpha$  : 0,05 dan df : n-3) sehingga  $\alpha$  : 0,05 dan df : 57 - 3 = 54 maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,67356. Berdasarkan tabel 4.17 maka dapat dilihat ringkasan hasil untuk pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

Hipotesis	Variabel	Signifikan	Keputusan
H3	Corporate social responsibility terhadap agresivitas pajak dengan ukuran perusahaan sebagai variabel pemoderasi	0,597	Hipotesis 1 ditolak
H4	Manajemen laba terhadap agresivitas pajak dengan ukuran perusahaan sebagai variabel pemoderasi	0,357	Hipotesis 2 ditolak

Maka dapat diambil kesimpulan pada setiap variabel adalah sebagai berikut:

1. Variabel *Corporate Social Responsibility* (X1) terhadap agresivitas Pajak dengan pemoderasi Ukuran Perusahaan memiliki nilai t hitung sebesar -0,533 yang artinya bahwa t hitung lebih kecil daripada t tabel ( $-0,533 < 1,67356$ ) dan tingkat signifikansi sebesar  $0,597 > 0,05$ . Dengan demikian H0 diterima dan Ha ditolak dan bermakna bahwa tidak ada pengaruh antara Corporate Sosial Responsibility terhadap Agresivitas Pajak dengan pemoderasi Ukuran Perusahaan
2. Variabel Manajemen Laba (X2) terhadap Agresivitas Pajak dengan pemoderasi Ukuran Perusahaan memiliki nilai t hitung sebesar -0,932 yang artinya bahwa t hitung lebih besar daripada t tabel ( $-0,932 > 1,67356$ ) dan tingkat signifikansi sebesar  $0,357 > 0,05$ . Dengan demikian H0 diterima dan Ha ditolak dan bermakna bahwa tidak ada pengaruh antara Manajemen Laba terhadap Agresivitas Pajak dengan pemoderasi Ukuran Perusahaan.

### 4.3 Pembahasan

Penelitian ini merupakan studi analisis untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility*, manajemen laba, dalam mendeteksi agresivitas pajak dengan pemoderasi ukuran perusahaan di perusahaan perbankan konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015- 2017.

#### 1. Pengaruh *corporate social responsibility* dalam mendeteksi agresivitas pajak

Hasil penelitian yang dilakukan menggunakan SPSS 24.0 menunjukkan bahwa Variabel *corporate social responsibility* berpengaruh negatif signifikan dalam mendeteksi *agresivitas* pajak sebesar 0.025, sehingga hipotesis ke satu diterima. Variabel *corporate social responsibility* diprosikan dengan CSRI menggunakan Skor dari CSR pada laporan tahunan perusahaan dengan menggunakan Log pada SPSS. Hasil ini kemungkinan disebabkan karena tingginya rata-rata skor *corporate*

*social responsibility*. *Corporate social responsibility* yang tinggi mengindikasikan bahwa terjadi tanggung jawab social perusahaan meningkat dan memberikan kenyamanan kepada masyarakat untuk memberikan kepercayaan kepada perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa suatu perusahaan yang memiliki tingkat agresivitas pajak rendah akan cenderung mengungkapkan informasi CSR nya lebih sedikit atau sebaliknya suatu perusahaan yang memiliki tingkat agresivitas pajak tinggi akan cenderung mengungkapkan informasi CSR lebih besar untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat dan patuh dalam melaksanakan kebijakan pemerintah di bidang sosial dan ekonomi. Ditemukan bahwa CSR berpengaruh terhadap penghindaran pajak dalam regresi model perhitungan yang digunakan. Dengan arti makin tinggi pengungkapan CSR diperusahaan tersebut maka makin rendah nilai ETR yang berarti semakin tinggi tingkat penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian ini mendukung teori dari Salama et al (2010) dan Purnawati (2012) mengungkapkan bahwa selain mekanisme *corporate governance* yang digunakan untuk mengurangi konflik kepentingan yang terjadi antara principal dan agen, perusahaan dapat menggunakan metode pengungkapan sukarela, salah satunya pengungkapan *corporate social responsibility*. Berbeda dengan teori dari Guthrie dan Parker (1989) menyatakan bahwa teori legitimasi menjelaskan sebuah organisasi dalam melakukan kegiatan operasional dengan menunjukkan perilaku konsisten dengan nilai social, melakukan aktivitas dan pengungkapan CSR merupakan salah satu cara untuk mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap kegiatan operasional yang dilakukan perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lie Liana Permata Sari, dan Agustinus Santosa Adiwibowo, (2017). Bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap agresivitas pajak.



Tetapi, berbeda dengan penelitian Jessica, dan Agus Arianto Toly, (2014) bahwa pengaruh *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

## **2. Pengaruh manajemen laba dalam mendeteksi agresivitas pajak**

Hasil penelitian yang dilakukan menggunakan SPSS 24.0 menunjukkan bahwa Variabel manajemen laba tidak berpengaruh signifikan dalam mendeteksi *agresivitas* pajak sebesar 0.310, sehingga hipotesis ke dua ditolak. Variabel manajemen laba diproksikan dengan *DA* menggunakan *Discretionary accruals* perusahaan. Hasil ini kemungkinan disebabkan karena rendahnya rata-rata total *accruals* dan total aktiva perusahaan. Total *accruals* dimaksudkan kedalam pendapatan bersih dan arus kas operasi serta total aktiva lancar yang kemungkinan memiliki nilai rendah.

Berdasarkan hasil penelitian ini tidak mendukung teori dari Jansen dan Meckling (1976) yang menyatakan bahwa dalam teori keagenan (*agency theory*), hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (*principal*) mempekerjakan orang lain (*agen*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada *agen* tersebut. Hubungan antara *principal* dan *agen* dapat mengarah pada kondisi ketidak seimbangan informasi (*asymmetrical information*) karena *agen* berada pada posisi yang memiliki informasi yang lebih banyak tentang perusahaan dibandingkan dengan *principal*. Dengan asumsi bahwa individu-individu bertindak untuk memaksimalkan kepentingan diri sendiri, maka dengan informasi asimetris yang dimilikinya akan mendorong *agen* untuk menyembunyikan beberapa informasi yang tidak diketahui *principal*. Dalam kondisi yang asimetris tersebut, *agen* dapat mempengaruhi angka-angka akuntansi yang disajikan dalam laporan keuangan dengan cara melakukan manajemen laba.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Naomi Malem Rehna Ginting, Elly Suryani, S.E., M.Si., CA., CPA, (2018) dan Indahwati, (2017). Yang menyatakan bahwa, manajemen laba tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Tetapi berbeda dengan penelitian Reysky Aisyah Arief, (2016), dan Krisnata Dwi Suyanto, Supramono, (2012). Yang menyatakan bahwa, manajemen laba berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

### **3. Pengaruh *corporate social responsibility* dalam mendeteksi agresivitas pajak dengan pemoderasi ukuran perusahaan**

Hasil penelitian yang dilakukan menggunakan SPSS 24.0 menunjukkan bahwa variabel *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak tidak memiliki pengaruh signifikan dengan pemoderasi ukuran perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian ini tidak mendukung teori Subramaniam, et al, (2009) menyatakan bahwa ukuran perusahaan yang lebih besar meningkatkan pengawasan internal didalam perusahaan dan meningkatkan kualitas pengawas yang lebih baik dan menurunkan perilaku oportunistik yang dilakukan oleh manajer. Dengan nilai yang tidak dapat memoderasi *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak maka ukuran perusahaan tidak mendukung teori tersebut.

Penelitian terdahulu yang mampu memoderasi namun memperlemah pengaruh *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak adalah penelitian yang dilakukan Ida Ayu Intan Suryadewi dan Ni Ketut Rasmini, (2018). Penelitian yang mampu memoderasi namun memperkuat pengaruh *corporate social responsibility* adalah penelitian yang dilakukan Tiaras dan Wijaya (2015) serta Hsieh (2012). Sedangkan penelitian yang tidak mampu memoderasi *corporate social*

*responsibility* terhadap agresivitas pajak belum diketahui. Hal ini dikarenakan tingkat pengukuran perusahaan terhadap tanggung jawab social perusahaan dan tingkat agresivitas pajak seimbang sehingga ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak.

#### **4. Pengaruh manajemen laba dalam mendeteksi agresivitas pajak dengan pemoderasi ukuran perusahaan**

Hasil penelitian yang dilakukan menggunakan SPSS 24.0 menunjukan bahwa variabel manajemen laba terhadap agresivitas pajak tidak memiliki pengaruh signifikan dengan pemoderasi oleh ukuran perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian ini mendukung teori Subramaniam, et al, (2009) meyakini bahwa ukuran perusahaan yang lebih besar meningkatkan pengawasan internal didalam perusahaan dan meningkatkan kualitas pengawas yang lebih baik dan menurunkan perilaku oportunistik yang dilakukan oleh manajer. Dengan nilai yang tinggi dan dapat memoderasi manajemen laba terhadap agresivitas pajak maka ukuran perusahaan dapat mendukung teori tersebut.

Penelitian tentang pengaruh manajemen laba terhadap agresivitas pajak dengan pemoderasi oleh ukuran perusahaan masih belum ada sehingga tidak adanya penelitian yang mendukung penelitian ini. Hal ini dikarenakan tingkat ukuran perusahaan mampu mengukur manajemen laba dan tingkat agresivitas pajak sehingga ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh manajemen laba terhadap agresivitas pajak dengan meningkatkan R-square sehingga disebut memperkuat hubungan.

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai analisis agresivitas pajak menggunakan elemen *corporate social responsibility*, manajemen laba, dan ukuran perusahaan dalam mendeteksi agresivitas pajak. Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan yang berjumlah 19 sampel dari Subsektor Perbankan konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2015-2017. Pada penelitian ini alat analisis yang digunakan adalah SPSS 24. Berikut adalah kesimpulan yang dapat diberikan berdasarkan hasil dari penelitian yang dijelaskan dalam bab sebelumnya, maka kesimpulan yang didapat adalah sebagai berikut:

1. *Corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak sebesar 0.025 pada sektor perbankan konvensional di BEI periode 2015-2017.
2. Manajemen laba (DA) tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak sebesar 0.310 pada sektor perbankan konvensional di BEI periode 2015-2017.
3. Ukuran perusahaan dapat memoderasi dan memperkuat pengaruh *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak, tetapi tidak mampu mempengaruhi secara signifikan sebesar 0,597 pada sektor perbankan konvensional di BEI periode 2015-2017.
4. Ukuran perusahaan dapat memoderasi dan memperkuat pengaruh manajemen laba terhadap agresivitas pajak, tetapi tidak mampu mempengaruhi secara signifikan sebesar 0.357 pada sektor perbankan konvensional di BEI periode 2015-2017.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penulis merekomendasikan variabel untuk meminimalkan agresivitas pajak maka terlebih dahulu memperbaiki masalah *corporate social responsibility*, manajemen laba, dan ukuran perusahaan. Dengan teknik perbaikan caranya dengan mengesifiensikan jumlah pajak terutang yang dapat dilakukan dengan benar, dalam arti semua usaha tersebut masih berada dalam bingkai peraturan perpajakan. Cara yang digunakan wajib pajak untuk meminimalisasi pajak terutang yang harus dibayar dengan tidak melanggar undang-undang perpajakan. maka dapat disampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi manajemen perusahaan:

Bagi perusahaan disarankan agar dapat memperhatikan setiap keputusan yang akan dilakukan sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku, tetapi tidak hanya sebatas pemenuhan aturan saja, pihak manajemen perusahaan juga perlu melakukan pengawasan lebih insentif sehingga perilaku agresivitas pajak didalam perusahaan dapat diminimalisir.

2. Bagi calon investor:

Bagi calon investor yang ingin berinvestasi pada suatu perusahaan, perlu memperhatikan faktor-faktor yang memengaruhi agresivitas pajak (penghindaran pajak) diantaranya yaitu *corporate social responsibility*. Karena semakin tinggi tingkat CSR suatu perusahaan maka semakin agresif perusahaan tersebut terhadap pajak, faktor tersebut juga terbukti memiliki pengaruh yang signifikan dalam mendeteksi agresivitas pajak pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) .

3. Bagi peneliti selanjutnya:

Penelitian ini masih terbatas pada perusahaan di sektor perbankan konvensional di bursa efek Indonesia (BEI), sehingga untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk memperluas lingkup penelitian. Penelitian

dapat dilakukan pada seluruh perusahaan yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) agar memperoleh hasil yang tergeneralisasi. Karena keterbatasan waktu, penelitian ini hanya menggunakan 2 variabel independen dan 1 variabel pemoderasi yang dapat mempengaruhi agereivitas pajak. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain yang dapat memepngaruhi tingkat garesivitas pajak perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anita, F., & Basri, Y. M. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Leverage, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Real Estate Dan Property Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Ekonomi*, 2(2), 1-15.
- Darmawan, I. G. H., & Sukartha, I. M. (2014). Pengaruh Penerapan Corporate Governance, Leverage, Roa, dan Ukuran Perusahaan pada Penghindaran Pajak. *E-Jurnal Akuntansi*, 143-161.
- Frank, M. M., Lynch, L. J., & Rego, S. O. (2009). Tax reporting aggressiveness and its relation to aggressive financial reporting. *The Accounting Review*, 84(2), 467-496.
- Findiarningtias, F., Yuliandhari, W. S., & Nazar, M. R. (2017). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (csr), Return On Asset (roa), Dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak (studi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2015). *eProceedings of Management*, 4(2).
- Kamil, A., & Herusetya, A. (2012). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan Corporate Social Responsibility. *Media Riset Akuntansi*, 2(1).
- Kurniasih, T., & Sari, M. M. R. (2013). Pengaruh Return on Assets, Leverage, Corporate Governance, Ukuran Perusahaan Dan Kompensasi Rugi Fiskal Pada Tax Avoidance. *Buletin Studi Ekonomi*.
- Lestari, S., Mäki-Arvela, P., Eränen, K., Beltramini, J., Lu, G. M., & Murzin, D. Y. (2010). Diesel-like hydrocarbons from catalytic deoxygenation of

stearic acid over supported Pd nanoparticles on SBA-15 catalysts. *Catalysis letters*, 134(3-4), 250-257.

McConaughy, D. L., & Covrig, V. (2007). Owner's Lack of Diversification and the Cost of Equity Capital for a Closely Held Firm. *Business Valuation Review*, 26(4), 115-120.

Nugraha, N. B., & Meiranto, W. (2015). *PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, LEVERAGE DAN CAPITAL INTENSITY TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK (Studi Empiris pada Perusahaan Non-Keuangan yang Terdaftar di BEI Selama Periode 2012-2013)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).

Purba, H. Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Agresivitas Pajak dengan Kepemilikan Keluarga sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Non Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015). *Profita*, 10(2), 178-202.

Pradnyadari, I. D. A. I., & Rohman, A. (2015). Pengaruh pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap agresivitas pajak. *Diponegoro Journal of Accounting*, 4(2), 126-134.

Ratmono, D., & Sagala, W. M. (2015). Pengungkapan corporate social responsibility (CSR) sebagai sarana legitimasi: dampaknya terhadap tingkat agresivitas pajak. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 4(2).

Rejmánek, M., & Richardson, D. M. (2013). Trees and shrubs as invasive alien species—2013 update of the global database. *Diversity and distributions*, 19(8), 1093-1094.

Sugiyono. 2013. Metode Penelitian manajemen. Bandung: Alfabeta.



- Sukardi. 2006. Penelitian Kualitatif Naturalistik dalam Pendidikan. Yogyakarta: Usaha Keluarga.
- Susanto, L., Yanti, Y., & Viriany, V. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi agresivitas pajak. *Jurnal Ekonomi*, 23(1), 10-19.
- Tiaras, I., & Wijaya, H. (2015). Pengaruh Likuiditas, Leverage, Manajemen Laba, Komisaris Independen dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak. *Universitas Tarumanagara Journal of Accounting*, 19(3).
- Tighe, M., Haling, R. E., Flavel, R. J., & Young, I. M. (2012). Ecological succession, hydrology and carbon acquisition of biological soil crusts measured at the micro-scale. *PloS one*, 7(10), e48565.
- Tirtarahardja, Umar. 2005. Pengantar Pendidikan. Jakarta: Rineka Cipta.
- Yuliana, R., Purnomosidhi, B., & Sukoharsono, E. G. (2008). Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR) dan dampaknya terhadap reaksi investor. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 5(2), 245-276.

<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20180329151416-532-286858/perusahaan-sawit-pengemplang-pajak-mulai-ditelusuri>

diakses senin, 21 januari 2019, pukul 19:30 wib

<https://www.kontan.co.id/>

diakses senin, 21 januari 2019, pukul 14:25 wib

<https://www.idx.co.id/perusahaan-tercatat/laporan-keuangan-dan-tahunan/>

diakses selasa, 22 januari 2019, pukul 13:20 wib

<http://www.pajak.go.id/>

diakses selasa, 22 januari 2019, pukul 14:21 wib

<https://m.kontan.co.id/news/pelita-cengkareng-gugat-balik-molucca-dan-bank-permata-soal-penghindaran-pajak>

diakses selasa, 22 januari 2019, pukul 15:31 wib

<https://tirto.id/kasus-century-dalam-bayang-bayang-surga-pajak-mauritius-cYGf>

diakses rabu, 23 januari 2019, pukul 13:10 wib

# LAMPIRAN

## LAMPIRAN 1

### DAFTAR PERUSAHAAN PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA DARI PERIODE 2015-2017

No	Kode	Nama emiten
1	AGRO	Bank rakyat Indonesia agro niaga Tbk
2	AGRS	Bank agris Tbk
3	ARTO	Bank artos Indonesia Tbk
4	BABP	Bank MNC internasional Tb
5	BACA	Bank capital Indonesia Tbk
6	BBCA	Bank central asia Tbk
7	BBHI	Bank harda Indonesia Tbk
8	BBKP	Bank bukopin Tbk
9	BBMD	PT bank mestika dharma Tbk
10	BBNI	Bank Negara Indonesia Tbk
11	BBNP	Bank nusantara parahyangan Tbk
12	BBRI	Bank rakyat Indonesia (persero) Tbk
13	BBTN	Bank tabungan Negara (persero) Tbk
14	BBYB	PT bank yudha bakti Tbk
15	BCIC	PT bank JTrust Indonesia Tbk
16	BDMN	Bank danamon Indonesia Tbk
17	BEKS	PT bank pundi Indonesia Tbk
18	BGTG	PT bank ganेशha Tbk
19	BINA	PT bank ina perdana Tbk
20	BJBR	Bank pembangunan daerah jawa barat dan banten Tbk
21	BJTM	Bank pembangunan daerah jawa timur Tbk
22	BKSW	PT bank QNB Indonesia Tbk
23	BMAS	PT bank Maspion Indonesia Tbk
24	BMRI	Bank mandiri (persero) Tbk
25	BNBA	Bank bumi arta Tbk
26	BNGA	Bank CIMB niaga Tbk
27	BNII	PT bank maybank Indonesia Tbk
28	BNLI	Bank permata Tbk
29	BSIM	Bank sinar mas Tbk
30	BSWD	Bank of india Indonesia Tbk
31	BTPN	Bank tabungan pensiunan nasional Tbk
32	BVIC	Bank victoria international Tbk
33	DNAR	PT bank dinar Indonesia Tbk
34	INPC	Bank artha graha internasional Tbk
35	MAYA	Bank mayapada internasional Tbk

36	MCOR	PT Bank china construction bank indonesia Tbk
37	MEGA	Bank mega Tbk
38	NAGA	PT bank mitraniaga Tbk
39	NISP	Bank OCBC NISP Tbk
40	NOBU	PT bank nationalnobu Tbk
41	PNBN	Bank PAN Indonesia Tbk
42	PNBS	PT bank panin dubai syariah Tbk
43	SDRA	PT bank woori saudara Indonesia 1906 Tbk
44	BAEK	Bank ekonomi raharja Tbk

Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

### LAMPIRAN 3

**Perusahaan Yang Mengungkapkan Laporan Keuangan Lengkap Beserta Data  
Corporate Social Responsibility Dalam Laporan Tahunan**

No	Kode	Laporan Keuangan			CSR			Keterangan
		2015	2016	2017	2015	2016	2017	
1	AGRO	✓	✓	✓	1	1	1	Lulus
2	AGRS	✓	✓	✓	1	1	1	Lulus
3	ARTO	✓	✓	X	-	-	-	Tidak Lulus
4	BABP	✓	✓	✓	1	1	1	Lulus
5	BACA	✓	✓	X	-	-	-	Tidak Lulus
6	BBCA	✓	✓	✓	0	1	1	Tidak Lulus
7	BBHI	✓	✓	✓	0	1	1	Tidak Lulus
8	BBKP	✓	✓	✓	1	1	1	Lulus
9	BBMD	✓	✓	✓	1	1	1	Lulus
10	BBNI	✓	✓	✓	1	1	1	Lulus
11	BBNP	✓	✓	✓	1	1	1	Lulus
12	BBRI	✓	✓	✓	1	1	1	Lulus
13	BBTN	✓	✓	✓	1	1	1	Lulus
14	BBYB	✓	✓	✓	0	0	0	Tidak Lulus
15	BCIC	✓	✓	X	-	-	-	Tidak Lulus
16	BDMN	✓	✓	✓	1	1	1	Lulus
17	BEKS	✓	✓	✓	1	1	1	Lulus
18	BGTG	X	✓	✓	-	-	-	Tidak Lulus
19	BINA	✓	✓	✓	0	0	1	Tidak Lulus
20	BJBR	✓	✓	✓	1	1	1	Lulus
21	BJTM	✓	✓	✓	1	1	1	Lulus
22	BKSW	✓	✓	✓	1	1	1	Lulus
23	BMAS	✓	✓	✓	0	1	1	Tidak Lulus
24	BMRI	✓	✓	✓	1	1	1	Lulus
25	BNBA	✓	✓	X	-	-	-	Tidak Lulus
26	BNGA	✓	✓	✓	1	1	1	Lulus
27	BNII	✓	✓	✓	1	1	1	Lulus
28	BNLI	✓	✓	✓	1	1	1	Lulus
29	BSIM	✓	✓	✓	1	1	1	Lulus
30	BSWD	✓	✓	✓	0	0	0	Tidak Lulus
31	BTPN	✓	✓	✓	0	1	0	Tidak Lulus
32	BVIC	✓	✓	✓	1	1	1	Lulus
33	DNAR	✓	✓	✓	0	0	0	Tidak Lulus
34	INPC	✓	✓	✓	1	1	1	Lulus

35	MAYA	✓	✓	✓	1	1	1	Lulus
36	MCOR	✓	✓	✓	0	0	0	Tidak Lulus
37	MEGA	✓	✓	✓	0	1	1	Tidak Lulus
38	NAGA	✓	✓	✓	0	0	1	Tidak Lulus
39	NISP	✓	✓	✓	1	1	1	Lulus
40	NOBU	✓	✓	✓	0	1	0	Tidak Lulus
41	PNBN	✓	✓	✓	1	1	1	Lulus
42	PNBS	✓	✓	X	-	-	-	Tidak Lulus
43	SDRA	✓	✓	✓	1	1	1	Lulus
44	BAEK	-	-	-	-	-	-	Delisting

Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

## LAMPIRAN 4

### Perusahaan Yang Mempunyai Laba Positif Selama Periode 2015-2017

No	Kode perusahaan	Laba/rugi usaha			Keterangan
		2015	2016	2017	
1	AGRO	80,491,880	103.003.152	140.495.535	Lulus
2	AGRS	3,905	3.389	(8.319)	Tidak lulus
3	BABP	8,178	9.349	(685.193)	Tidak lulus
4	BBKP	964,307	176.490	135.901	Lulus
5	BBMD	240.771.963.945	179.261.192.508	263.753.376.621	Lulus
6	BBNI	9,140,532	11,410,196	13,770,592	Lulus
7	BBNP	66.866.856	8,108,625	(59,661,424)	Tidak lulus
8	BBRI	25.410.788	13,770,592	13,770,592	Lulus
9	BBTN	25.410.788	2.618.905	3.027.466	Lulus
10	BDMN	2,469,157	2.792.722	3.828.097	Lulus
11	BEKS	(331,159)	(405.123)	(76.285)	Tidak lulus
12	BJBR	1.380.964	1.153.225	1.211.405	Lulus
13	BJTM	884.503	1,028,216	1,159,370	Lulus
14	BKSW	156.046	(650,333)	(789,803)	Tidak lulus
15	BMRI	21,152,398	14,650,163	21,443,042	Lulus
16	BNGA	427,885	2,081,717	2,977,738	Lulus
17	BNII	1,143,562	1,967,276	1,860,845	Lulus
18	BNLI	247.112	(6.483.084)	748.433	Tidak lulus
19	BSIM	185.153	370,651	318,923	Lulus
20	BVIC	94,073,216	100,360,474	136,090,761	Lulus
21	INPC	71.294	72.843	68.101	Lulus
22	MAYA	652.324.636	820,190,823	675,404,953	Lulus
23	NISP	1,500,835	1,789,900	2,175,824	Lulus
24	PNBN	1.567.845	2.518.048	2.008.437	Lulus
25	SDRA	265,230	309,816	438,725	Lulus

Sumber : [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)



## LAMPIRAN 5

### Daftar Perusahaan Yang Memenuhi Kriteria Sampel

No	Kode perusahaan	Nama perusahaan
1	AGRO	Bank rakyat Indonesia agroniaga Tbk
2	BBKP	Bank bukopin Tbk
3	BBMD	PT Bank mestika dharma Tbk
4	BBNI	Bank Negara Indonesia Tbk
5	BBRI	Bank rakyat Indonesia (persero) Tbk
6	BBTN	Bank tabungan Negara (persero) Tbk
7	BDMN	Bank danamon Indonesia Tbk
8	BJBR	Bank pembangunan daerah jawa barat dan banten Tbk
9	BJTM	Bank pembangan daerah jawa timur Tbk
10	BMRI	Bank mandiri (persero) Tbk
11	BNGA	Bank CIMB niaga Tbk
12	BNII	PT bank maybank Indonesia Tbk
13	BSIM	Bank sinar mas Tbk
14	BVIC	Bank victoria internasional Tbk
15	INPC	Bank artha graha internasional Tbk
16	MAYA	Bank mayapada internasional Tbk
17	NISP	Bank OCBC NISP Tbk
18	PNBN	Bank PAN Indonesia Tbk
19	SDRA	PT bank woori saudara Indonesia 1960 Tbk

Sumber : [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

Lampiran hasil perhitungan Excel

No	tahun penelitian	Y	X1	X2	Z	kode
1	2015	0,2735	0,3544	0,0459	22,8473	AGRO
2	2016	0,2709	0,3291	0,0318	23,1549	
3	2017	0,2744	0,3544	0,0187	23,5160	
4	2015	0,1819	0,3418	0,0503	18,3626	BBKP
5	2016	0,6026	0,3165	0,3635	18,4481	
6	2017	0,1156	0,3165	0,6547	18,4831	
7	2015	0,2533	0,3797	0,5265	29,8728	BBMD
8	2016	0,2527	0,3544	0,3917	29,9907	
9	2017	0,2540	0,3418	0,4198	30,1006	
10	2015	0,2028	0,4304	0,0693	20,0472	BBNI
11	2016	0,2022	0,3924	0,0341	20,2175	
12	2017	0,1978	0,3671	0,0524	20,3798	
13	2015	0,2180	0,3671	0,1087	20,5936	BBRI
14	2016	0,2280	0,3418	0,1106	20,7269	
15	2017	0,2155	0,3291	0,1097	20,8422	
16	2015	0,2715	0,2785	0,0378	18,9619	BBTN
17	2016	0,2136	0,2911	0,0336	19,1823	
18	2017	0,2160	0,3038	0,0307	19,3814	
19	2015	0,2476	0,3165	-0,1403	19,0523	BDMN
20	2016	0,3643	0,3038	-0,2081	18,9771	
21	2017	0,2868	0,2911	1,1597	18,9987	
22	2015	0,2182	0,3038	0,1299	18,3007	BJBR
23	2016	0,2122	0,2785	-0,0188	18,4436	
24	2017	0,2868	0,2658	0,1263	18,5603	
25	2015	0,2987	0,2785	0,1574	17,5721	BJTM
26	2016	0,2919	0,2658	-0,0144	17,5775	
27	2017	0,2917	0,2785	0,3734	17,7575	
28	2015	0,1978	0,4430	0,1544	20,6290	BMRI
29	2016	0,2112	0,4051	-0,0730	20,7612	
30	2017	0,2106	0,4177	0,1040	20,8408	
31	2015	0,2493	0,4177	-0,5002	19,2913	BNGA
32	2016	0,2698	0,3797	1,6677	19,3027	
33	2017	0,2833	0,3671	0,0485	19,4002	
34	2015	0,2598	0,2025	0,1544	18,8757	BNII
35	2016	0,2473	0,2152	0,1122	18,9316	
36	2017	0,2615	0,2278	0,0943	18,9703	
37	2015	0,2251	0,2911	0,0480	17,1430	BSIM
38	2016	0,2490	0,2532	-0,1000	17,2557	
39	2017	0,2205	0,2785	-0,5242	17,2301	
40	2015	0,0008	0,4557	-0,1550	23,8696	BVIC

41	2016	0,0808	0,2405	-0,0249	23,9814	
42	2017	0,2274	0,2532	0,0023	24,0845	
43	2015	0,1539	0,3797	0,1985	17,0391	INPC
44	2016	0,2119	0,2278	0,0111	17,0820	
45	2017	0,2166	0,2405	1,0103	17,1379	
46	2015	0,2572	0,0048	-0,0523	24,5799	MAYA
47	2016	0,2456	0,2785	-0,0003	24,8315	
48	2017	0,2579	0,2658	0,1128	25,0374	
49	2015	0,2501	0,2532	0,1031	18,6070	NISP
50	2016	0,2387	0,2532	0,2184	18,7442	
51	2017	0,2439	0,2152	-0,1708	18,8510	
52	2015	0,3621	0,2152	3,2953	19,0257	PNBN
53	2016	0,2384	0,2278	0,0622	19,1097	
54	2017	0,3223	0,2025	0,2711	19,1793	
55	2015	0,2384	0,2405	0,0326	16,8122	SDRA
56	2016	0,0002	0,2405	0,0000	16,9348	
57	2017	0,2650	0,2405	0,0003	17,1145	

Lampiran tabel SPSS

**Tabel 4.5. Uji Normalitas Data**

**Runs Test**

Unstandardized  
Residual

Test Value <sup>a</sup>	-.01314
Cases < Test Value	21
Cases >= Test Value	22
Total Cases	43
Number of Runs	25
Z	.621
Asymp. Sig. (2-tailed)	.534

b. Median  
Sumber: hasil analisis data,2019

**Table 4.6. Uji Multikolinieritas**

Model	Unstandardized Coefficients		Coefficients <sup>a</sup>			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.490	.581		7.733	.000		
CSR	-.339	.167	-.302	-2.024	.050	.995	1.005
ML	.024	.022	.165	1.103	.277	.995	1.005

a. Dependent Variable: AP  
Sumber: hasil analisis data,2019

**Table 4.7. Uji Autokorelasi**

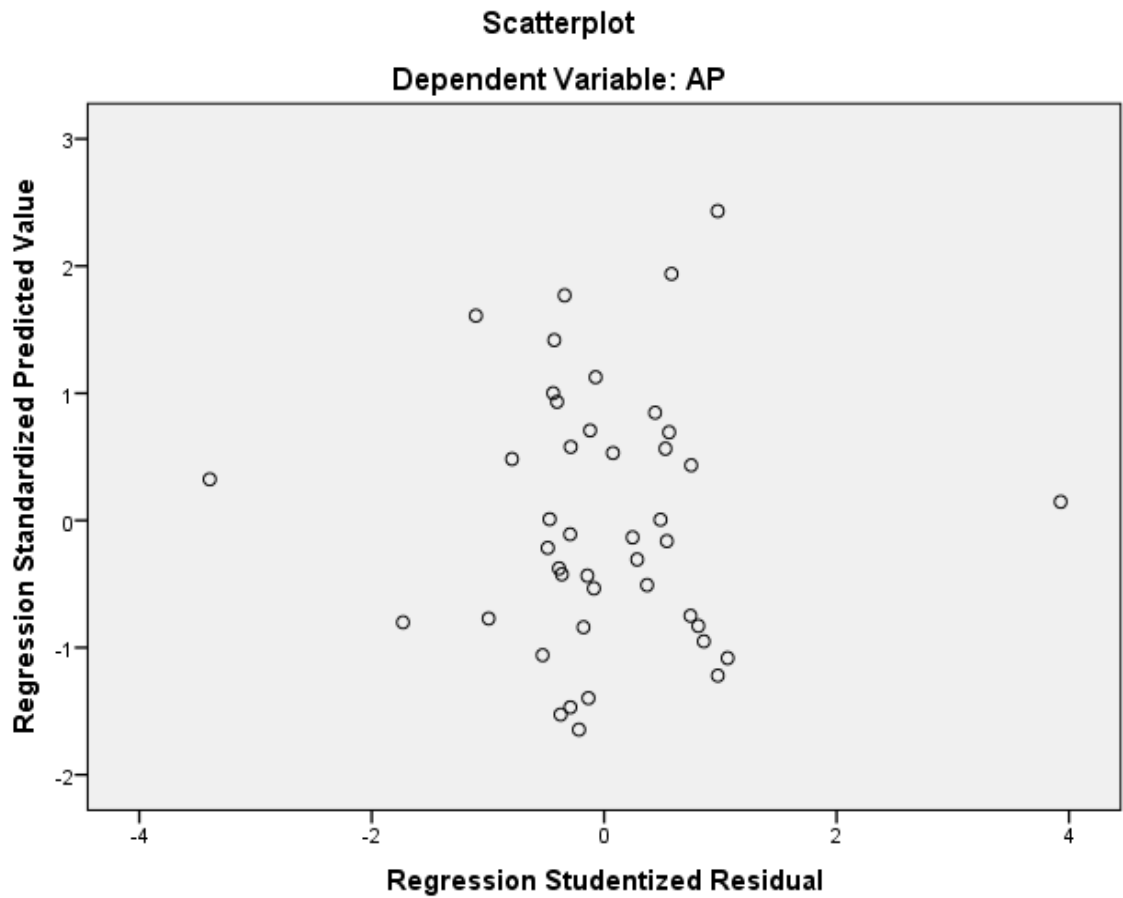
<b>Model Summary<sup>b</sup></b>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.334 <sup>a</sup>	.111	.067	.10114	2.756

a. Predictors: (Constant), ML, CSR

b. Dependent Variable: AP

Sumber: hasil analisis data,2019

**Tabel 4.8. Uji Heteroskedastisitas**



Sumber: hasil analisis data,2019

**Tabel 4.9 Uji regresi sederhana CSR**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.063 <sup>a</sup>	.004	-.014	.53496	1.930

a. Predictors: (Constant), CSR\_log

b. Dependent Variable: AP\_log

Sumber: hasil analisis data,2019

**Tabel 4.10 Uji regresi berganda CSR**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.063 <sup>a</sup>	.004	-.033	.53989	1.930

a. Predictors: (Constant), CSRUK\_log, UK\_log

b. Dependent Variable: AP\_log

Sumber: hasil analisis data,2019

**Tabel 4.11 Uji regresi sederhana DA**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.143 <sup>a</sup>	.020	-.004	.10488	2.655

a. Predictors: (Constant), ML\_log

b. Dependent Variable: AP\_log

Sumber: hasil analisis data,2019

**Tabel 4.12 Uji regresi berganda DA**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.225 <sup>a</sup>	.051	-.022	.10587	2.639

a. Predictors: (Constant), MLUK\_log, UK\_log, ML\_log

b. Dependent Variable: AP\_log

**Tabel 4.13 Analisis Statistik Deskriptif**

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
AP	57	.30	3.78	3.2821	.53122
CSR	57	1.68	3.66	3.4433	.25528
ML	43	.48	4.52	3.0038	.71467
Valid N (listwise)	43				

Sumber: hasil analisis data,2019

**Tabel 4.14 Analisis Statistik Deskriptif pemoderasi 1**

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
AP_log	57	.30	3.78	3.2821	.53122

CSR_log	57	1.68	3.66	3.4433	.25528
UK_log	57	5.23	5.48	5.3005	.06255
CSRUK_log	57	3.07	5.05	4.7438	.25986
Valid N (listwise)	57				

Sumber: hasil analisis data,2019

**Tabel 4.15 Analisis Statistik Deskriptif pemoderasi 2**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
AP_log	57	.30	3.78	3.2821	.53122
UK_log	57	5.23	5.48	5.3005	.06255
ML_log	43	.48	4.52	3.0038	.71467
MLUK_log	43	1.65	5.80	4.3033	.72785
Valid N (listwise)	43				

Sumber: hasil analisis data,2019

**Tabel 4.16 Analisis Regresi Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constan)	4.490	.581		7.733	.000
	CSR	-.339	.167	-.302	-2.024	.050
	ML	.024	.022	.165	1.103	.277

b. Dependent Variable: AP

Sumber: hasil analisis data,2019



**Tabel 4.17 Analisis Regresi Berganda**

		<b>Coefficients<sup>a</sup></b>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.204	6.116		.524	.602
	UK_log	.132	1.176	.016	.112	.911
	CSRUk_log	-.131	.283	-.064	-.464	.644

a. Dependent Variable: AP\_log  
Sumber: hasil analisis data,2019

**Tabel 4.18 Analisis Regresi Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-6.945	9.314		-.746	.460
	ML_log	2.422	2.251	16.530	1.076	.289
	UK_log	2.514	2.293	1.528	1.096	.280
	MLUK_log	-2.386	2.236	-16.588	-1.067	.293

a. Dependent Variable: AP\_log

**Tabel 4.19 Uji T test**

Model		Unstandardized		Standardized	T	Sig.
		Coefficients B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	4.490	.581		7.733	.000
	CSR	-.339	.167	-.302	-2.024	.050
	ML	.024	.022	.165	1.103	.277

**Tabel 4.20 Uji T test**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1						
	(Constant)	3.204	6.116		.524	.602
	UK_log	.132	1.176	.016	.112	.911
	CSRUK_log	-.131	.283	-.064	-.464	.644

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	-6.945	9.314		-.746	.460
	ML_log	2.422	2.251	16.530	1.076	.289
	UK_log	2.514	2.293	1.528	1.096	.280
	MLUK_log	-2.386	2.236	-16.588	-1.067	.293

a. Dependent Variable: AP\_log

Sumber: hasil analisis data,2019