

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN UKURAN
PERUSAHAAN TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK**

Skripsi

Untuk Memenuhi Persyaratan

Mencapai Derajat Sarjana S1

Program Studi Akuntansi



Disusun Oleh :

Ambar Fatimatuz Zahro'

31401700194

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI AKUNTANSI**

SEMARANG

2021

Skripsi

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN UKURAN
PERUSAHAAN TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK**

Disusun Oleh :

Ambar Fatimatuz Zahro'

Nim : 31401700194

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya
dapat diajukan dihadapan sidang panitia ujian Skripsi

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 26 Agustus 2021

Pembimbing



Dr. Dra. Winarsih, SE., M.Si., Akt., CSRS

NIK.211415029

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN UKURAN
PERUSAHAAN TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK**

Disusun Oleh :

Ambar Fatimatuz Zahro'

Nim : 31401700194

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada tanggal 31 Agustus 2021

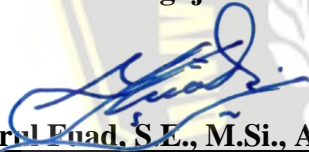
Susunan Dewan Penguji

Pembimbing




Dr. Dra. Winarsih, M.Si., Akt., CA., CSRS., CSRA
NIK. 211415029

Penguji 1



Khoirul Fuad, S.E., M.Si., Ak., CA.
NIK. 211413023

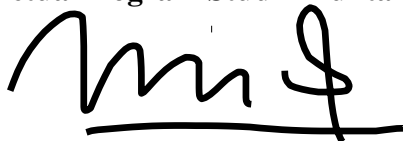
Penguji 2



Hendri Setyawan, S.E., M.PA.
NIK. 211406019

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal 31 Agustus 2021

Ketua Program Studi Akuntansi



Dr. Dra. Winarsih, M.Si., Akt., CA., CSRS., CSRA
NIK.211415029

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Ambar Fatimatuz Zahro'
Nim : 31401700194
Program Studi : S1 Akuntansi
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Menyatakan dengan ini bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak” merupakan karya peneliti sendiri dan tidak ada unsur *plagiarism* dengan cara yang tidak sesuai etika atau tradisi keilmuan. Peneliti siap menerima sanksi apabila dikemudian hari ditemukan pelanggaran etika akademik dalam proposal penelitian ini.

Semarang, September 2021

Yang membuat pernyataan,



Ambar Fatimatuz Zahro'

NIM. 31401700194



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak. Sampel yang digunakan dalam penelitian perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017-2019 dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Jenis penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan yang dikeluarkan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) Penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak, sedangkan ukuran perusahaan terbukti berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Kata kunci : Agresivitas pajak, *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan.

KATA PENGANTAR

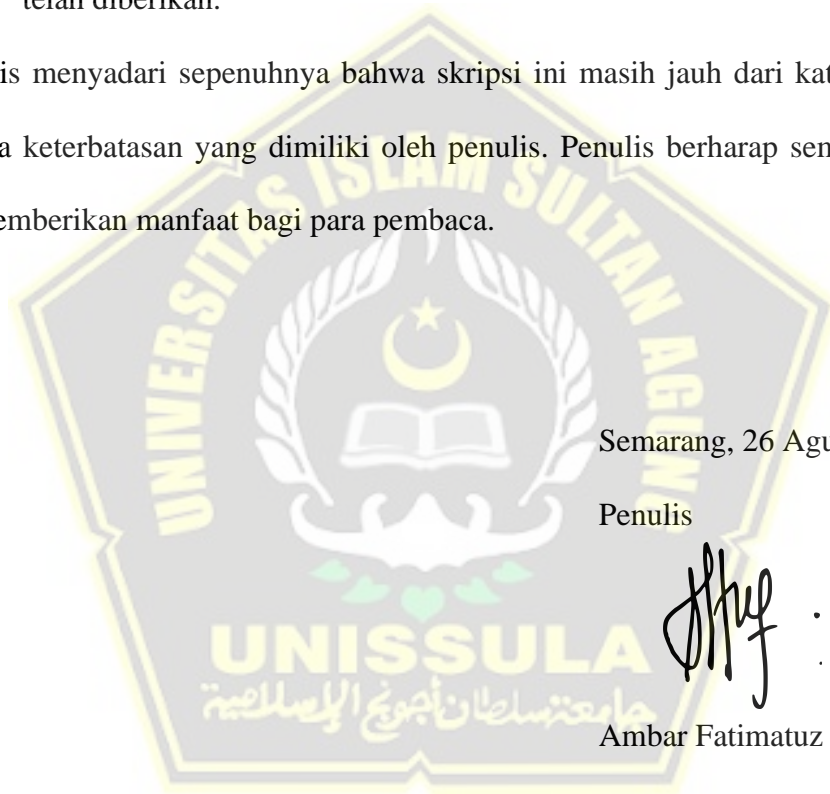
Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan Proposal Penelitian / Skripsi dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Yag Terdaftar Di BEI”. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu prasyarat untuk menyelesaikan Program Studi Sarjana (S1) Akuntansi dan mendapatkan gelar Sarjana Akuntansi (S.Ak) di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung. Penulis menyadari bahwa selama penyusunan skripsi banyak sekali mendapatkan bimbingan, dukungan, bantuan dan motivasi dari berbagai pihak, sehingga dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa syukur dan ucapan terimakasih kepada :

1. Ibu Prof. Hj. Olivia Fachrunnisa, SE., M.Si., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang, yang telah memberikan motivasi dalam menjalani perkuliahan.
2. Ibu Dra. Winarsih, SE., M.Si selaku Ketua Prodi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang dan selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing saya dari awal hingga akhir, yang senantiasa memberikan arahan, nasihat dan motivasi sehingga Proposal Penelitian ini dapat selesai dengan hasil dan usaha yang maksimal.
3. Bapak, Ibu, Kakak, Adik dan keluarga besar saya yang telah memberikan semangat dan menanamkan arti kehidupan yang sebenarnya sehingga

dapat berkuliah dan menyelesaikan perkuliahan dengan hasil dan usaha yang maksimal.

4. Semua teman main dan teman kerja yang sudah member semangat untuk menyelesaikan proposal ini.
5. Semua pihak lain yang telah membantu dalam penyelesaian pra skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan yang telah diberikan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan yang dimiliki oleh penulis. Penulis berharap semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi para pembaca.



Semarang, 26 Agustus 2021

Penulis

Ambar Fatimatuz Zahro

Nim : 31401700194

DAFTAR ISI

Halaman Judul	_____	Error! Bookmark not defined.
Pra Skripsi	_____	ii
Halaman Pengesahan	_____	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PRA SKRIPSI	_____	Error! Bookmark not defined.
ABSTRACK	_____	iv
ABSTRAK	_____	v
KATA PENGANTAR	_____	vi
DAFTAR ISI	_____	viii
DAFTAR TABEL	_____	xi
BAB I PENDAHULUAN	_____	1
1.1 Latar Belakang	_____	1
1.2 Rumusan Masalah	_____	4
1.3 Pertanyaan Penelitian	_____	4
1.4 Tujuan Penelitian	_____	4
1.5 Manfaat Penelitian	_____	5
1.5.1 Manfaat Teoritis	_____	5
1.5.2 Manfaat Praktis	_____	5

BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Teori Keagenan (Agency Theory)	6
2.2 Variabel Penelitian	7
2.2.1 Agresivitas Pajak	7
2.2.2 Corporate Social Responsibility (CSR)	9
2.2.3 Ukuran Perusahaan	10
2.3 Penelitian Terdahulu	11
2.4 Kerangka Penelitian Teoritis dan Pengembangan Hipotesis	13
2.4.1 Kerangka Penelitian Teoritis	13
2.4.2 Pengembangan Hipotesis	14
BAB III METODE PENELITIAN	16
3.1 Jenis Penelitian	16
3.2 Populasi dan Sampel	16
3.2.1 Populasi Penelitian	16
3.2.2 Sampel Penelitian	16
Jenis dan Sumber Data	17
3.4 Metode Pengumpulan Data	17
3.5 Variabel dan Definisi Operasional Penelitian	17
3.5.1 Variabel Dependen (Y)	17
3.5.2 Variabel Independen (X)	18

3.6	Teknik Analisis Data	20
3.6.1	Analisis Statistik Deskriptif	21
3.6.2	Uji Asumsi Klasik	21
3.6.3	Uji Analisis Regresi Linier	23
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		27
4.1	Deskripsi Sampel	27
4.2	Statistik Deskriptif	27
4.3	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis Penelitian	28
4.3.1	Uji Asumsi Klasik	28
4.3.2	Pengujian Hipotesis Penelitian	33
BAB V PENUTUP		38
	Kesimpulan	38
	Implikasi	38
	Keterbatasan Penelitian	39
	Agenda Penelitian Mendatang	40
DAFTAR PUSTAKA		41
LAMPIRAN		44

DAFTAR TABEL

Tabel 2.3.1 <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap agresivitas pajak	12
Tabel 2.3.1 Ukuran Perusahaan terhadap agresivitas pajak.....	13
Tabel 5.3.2.1 Indikator Pengungkapan Informasi CSR	18
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif	27
Tabel 4.3.1.1 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	28
Tabel 4.3.1.2 Hasil uji multikolinieritas dengan metode TOL dan VIF	30
Tabel 4.3.1.3 Tabel Hasil Uji Autokorelasi	31
Tabel 4.3.2 Koefisien Regresi.....	33
Tabel 4.11 Uji T	34
Tabel 4.12 Tabel Korelasi Sederhana	35
Tabel 4.13 Tabel Koefisien Determinasi	36
Tabel 4.14 Tabel Uji F	37

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pajak merupakan kewajiban yang harus dibayarkan oleh wajib pajak orang pribadi maupun wajib pajak badan. Sebagai salah satu wajib pajak, perusahaan diwajibkan membayar pajak sesuai dengan ketentuan perpajakan. Dengan membayar pajak, perusahaan secara tidak langsung telah berkontribusi dalam pembangunan negara. Semakin besar pajak yang dibayarkan perusahaan maka semakin besar pendapatan pajak Negara

Bagi negara, pajak merupakan sumber penerimaan yang penting. Sebaliknya bagi perusahaan, pajak merupakan beban yang akan mengurangi laba bersih perusahaan tersebut. Karena perusahaan menganggap pajak sebagai beban dan biaya, maka perusahaan perlu melakukan usaha dan strategi untuk meminimalkan jumlah pajak terutang perusahaan tersebut.

Salah satu upaya perusahaan untuk meminimalkan jumlah pajak yang terhutang yaitu dengan cara agresivitas pajak. Menurut Frank, Lynch dan Rego (2009), dalam Alkausar, et, al (2020) agresivitas merupakan strategi meminimalkan beban pajak dengan cara melakukan perencanaan pajak, dengan menggunakan cara legal (*tax avoidance*) atau illegal (*tax evasion*).

Terjadinya agresivitas pajak disebabkan oleh adanya perbedaan kepentingan antara wajib pajak (perusahaan) dengan pemerintah. Pemerintah membutuhkan dana pajak untuk membiayai penyelenggaraan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah. Sedangkan perusahaan sebagai wajib pajak

menyandang pajak sebagai biaya tambahan yang harus dikeluarkan perusahaan. Dengan membayar pajak, akan mengurangi jumlah laba bersih yang akan diterima oleh perusahaan. Oleh karena itu pemilik perusahaan lebih tertarik untuk memajemen perusahaan melakukan tindakan pajak agresif Chen, et.al, dalam (Leksono, et, al, 2019).

Perusahaan yang melakukan tindakan pajak agresif bisa jadi memiliki risiko lebih tinggi dibandingkan perusahaan yang tidak melakukan praktik pajak agresif. Risiko dimaksud dapat berupa ancaman sanksi atau denda, hingga risiko turunnya harga saham serta reputasi perusahaan, bila tindakan agresivitas pajak ketahuan melanggar aturan. Harga saham yang turun ini bisa terjadi karena citra perusahaan menjadi kurang bagus di mata investor, lantaran labanya tercatat kecil. Sedangkan manajemen perusahaan merasa perlu membuat laba perusahaan menjadi kecil agar pajak yang harus dibayar juga kecil. Kemudian bagi pemerintah, praktik penghindaran pajak secara agresif ini tentu saja turut membawa kerugian. Lantaran tindakan tersebut berpeluang besar mengurangi penerimaan negara dari sektor pajak (Zsazya, 2019).

Pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) dianggap sebagai salah satu cara untuk meminimalkan beban pajak serta menjadi salah satu factor penting dalam keberlangsungan dan kesuksesan suatu perusahaan. CSR berhubungan erat dengan agresivitas pajak. “Perusahaan yang banyak melakukan CSR akan tidak atau sedikit melakukan aktivitas agresivitas pajak” Lanis dan Richardson, 2012 dalam (Luke, Zulaikha). Bila perusahaan melakukan CSR berarti perusahaan turut membantu negara dalam mensejahterakan masyarakat dan

melakukan pembangunan berkelanjutan yang bermanfaat bagi semua orang. Hasil penelitian (sari, 2017) menyatakan bahwa *Corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hasil berbeda oleh (Luke, Zulakha) mengungkapkan bahwa *Corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh negative terhadap agresivitas pajak.

Agresivitas pajak dapat di ukur dengan skala *Effective Tax Rate* (ETR) yang paling umum digunakan dalam beberapa literature. Rentang nilai ETR yang dapat mengidentifikasi agresivitas pajak atau tidak. Contohnya ETR yang rendah menunjukkan adanya agresivitas pajak. Beberapa perusahaan menghindari pajak dengan berbagai macam cara seperti mengurangi penghasilan kena pajak perusahaan atau tetap menjaga laba akuntansi keuangan sehingga memiliki nilai ETR yang lebih rendah. Dengan demikian ETR dapat difungsikan untuk mengatur agresivitas pajak (Leksono, Albertus dan Vhalery, 2019)

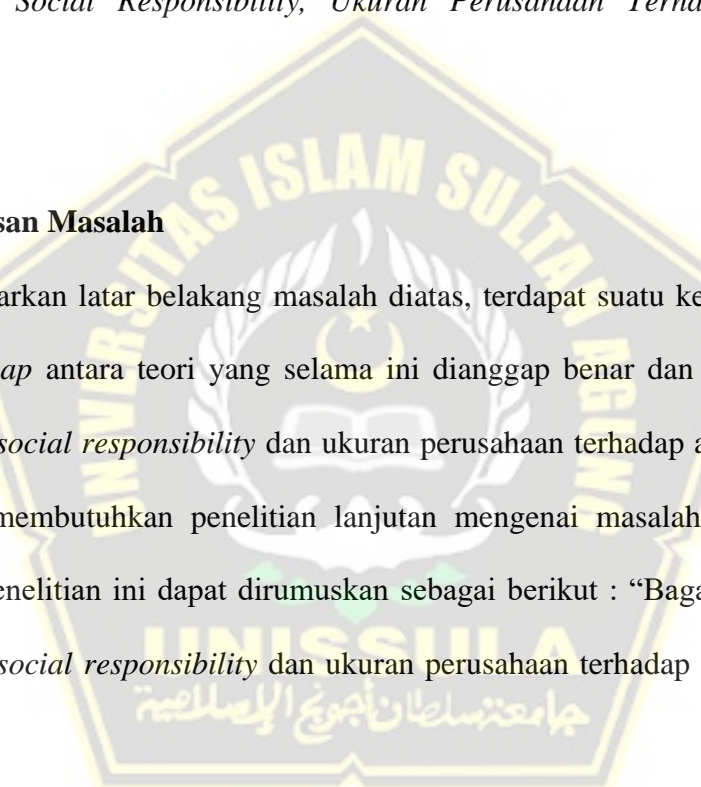
Agresivitas pajak dipengaruhi oleh beberapa factor. Salah satunya adalah ukuran perusahaan, Tiaras dan Heryanto, 2015 dalam (Leksono, Albertus dan Vhalery, 2019). Ukuran perusahaan merupakan suatu identitas perusahaan berdasarkan skala dimana besar kecilnya perusahaan dapat di klasifikasikan dalam berbagai cara, seperti melihat log total aktiva perusahaan, penjualan perusahaan, kapitalisasi pasar perusahaan dan lainnya (Leksono dan Vhalery, 2018)

Ukuran perusahaan dapat menunjukkan kemampuan dan kestabilan perusahaan untuk melakukan aktivitas ekonominya. Semakin besar ukuran perusahaan maka sering diawasi oleh pemerintah dan hal ini akan menimbulkan kecenderungan untuk berlaku patuh atau merupakan aktivitas menghindari pajak,

Kurniasih dan dari 2013 dalam (Leksono, Albertus dan Vhalery, 2019). Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negative terhadap agresivita perusahaan. Sedangkan penelitian (Yauris dan Agoes,2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap agresivitas perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas maka judul penelitian ini adalah “Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak*”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, terdapat suatu kesenjangan, yaitu *research gap* antara teori yang selama ini dianggap benar dan pengaruh antara *corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak, sehingga membutuhkan penelitian lanjutan mengenai masalah tersebut. Maka masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut : “Bagaimana pengaruh *corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak?”.


1.3 Pertanyaan Penelitian

1.3.1 Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap agresivitas pajak?

1.3.2 Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, tujuan penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1.4.1 Untuk menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak.

1.4.2 Untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, diantaranya adalah

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai wacana dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang akuntansi perpajakan.

1.5.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian dapat digunakan sebagai wacana untuk memberikan masukan yang berkaitan dengan agresivitas pajak dan faktor-faktor yang mempengaruhi sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan penentuan kebijakan perusahaan.

b. Bagi Pemerintah

Penelitian dapat digunakan sebagai wacana untuk membuat kebijakan untuk menekan resiko yang timbul dari adanya agresivitas pajak.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Agency Theory atau teori agensi merupakan bidang yang populer akhir-akhir ini. Teori ini menyebutkan bahwa perusahaan adalah tempat atau *intersection point* bagi hubungan kontrak yang terjadi antara manajemen, pemilik, kreditur, dan pemerintah. Teori ini bercerita tentang monitoring berbagai macam biaya dan memaksakan hubungan diantara berbagai kelompok. Teori agensi adalah suatu arah yang baru tentang keagenan. Korporasi adalah tempat atau titik persimpangan dari banyak hubungan jenis sesuai kontrak yang ada antar manajemen, pemilik, kreditur, dan pemerintah. Teori keagenan yang mulai berkembang mengacu kepada pemenuhan tujuan utama dari manajemen keuangan yaitu memaksimalkan kekayaan kekayaan pemegang saham. Maksimalisasi kekayaan ini dilakukan oleh manajemen yang disebut agen. Ketidakmampuan atau keengganan manajer untuk meningkatkan kekayaan pemegang saham menimbulkan apa yang disebut masalah keagenan.

Jensen, 1986 dalam (Yauris dan Agoes,2019) memberikan penjelasan bahwa teori agensi menerangkan hubungan antara pemberi kerja dan penerima amanah untuk melaksanakan pekerjaan. Istilah yang sering digunakan dalam menggambarkan teori agensi yakni *principal* adalah pemegang saham selaku pemberi kerja sedangkan *agent* adalah manajemen selaku penerima amanah kerja untuk mengelola perusahaan.

Luayyi, 2010 dalam (Yauris dan Agoes,2019) menyebutkan bahwa dalam teori agensi terdapat kontrak atau kesepakatan antara pemilik sumber daya dengan manajer untuk mengelola perusahaan dan mencapai tujuan utama perusahaan yaitu memaksimalkan laba yang akan diperoleh. Kemudian, dalam mewujudkan kontrak kerja yang dimaksudkan maka pemegang saham menyediakan fasilitas dan dana untuk kebutuhan operasi perusahaan. Pihak *agent* sebagai pengelola perusahaan mempunyai kewajiban untuk mengelola perusahaan sebagaimana diamanahkan oleh para pemegang saham (*principal*).

Hanggraeni, 2014 dalam (Leksono, Albertus, Vhalery, 2019) mengatakan agency problem salah satunya disebabkan oleh adanya asymmetric information, yaitu informasi yang tidak seimbang antara *principal* dan *agent*. Sistem perpajakan di Indonesia menggunakan sistem penilaian sendiri (*self-assessment system*) yang dapat memberikan kesempatan kepada agent untuk menghitung penghasilan kena pajak minimal mungkin. Hal ini dilakukan oleh agent karena dengan melakukan manajemen pajak maka agent akan memperoleh keuntungan individu (personal) yang tidak bisa didapatkan dari kerjasama dengan *principal*.

2.2 Variabel Penelitian

2.2.1 Agresivitas Pajak

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak. Agresivitas pajak adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengurangi kewajibannya. Agresivitas pajak diproksikan ke dalam *Effective Tax Rates* (ETR). “ETR adalah proksi yang paling banyak digunakan dalam penelitian terdahulu untuk mengetahui seberapa besar perusahaan melakukan

agresivitas pajak” (Lanis dan Richardson, 2012) dalam (Luke dan Zulaikha). ETR adalah proksi negatif. Dimana jika ETR tinggi maka agresivitas pajak nya rendah, sedangkan bila ETR rendah maka agresivitas pajak nya tinggi.

Tindakan agresivitas pajak bertujuan meminimalkan pajak perusahaan yang saat ini agresivitas pajak menjadi perhatian publik karena tidak sesuai dengan harapan masyarakat dan juga merugikan pemerintah. Hanlon dan Heitzman (Leksono, Albertus dan Vhalery, 2019) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai tingkat yang paling akhir dari spektrum serangkaian perilaku perencanaan pajak. Tindakan agresivitas pajak dilakukan oleh perusahaan dikarenakan perusahaan ingin meminimalkan beban pajak melalui tax planning activities yang bertujuan untuk memaksimalkan nilai perusahaan Yoehana, 2013 dalam (Leksono, Albertus dan Vhalery, 2019). Kewajiban pajak dapat diminimalisir melalui beberapa cara, seperti kegiatan memenuhi ketentuan perpajakan (lawful) melalui aktivitas penghindaran pajak maupun yang melanggar peraturan perpajakan (unlawful) melalui aktivitas penggelapan pajak dengan usaha mengurangi hutang pajak.

Frank, Lynch dan Rego, 2009 dalam (Youris dan Agoes, 2019) menyatakan agresivitas pajak perusahaan sebagai suatu tindakan merekayasa pendapatan kena pajak yang dilakukan perusahaan melalui tindakan perencanaan pajak, baik menggunakan cara yang tergolong legal (*tax avoidance*) atau ilegal (*tax evasion*).

Pemerintah telah melakukan beragam cara untuk menekan angka agresivitas pajak, salah satunya dengan memperbarui regulasi yang berlaku. Serta

melakukan kajian intensif untuk menutup celah yang masih terdapat pada regulasi perpajakan yang sudah dikeluarkan. Selain itu, pemerintah melalui Direktorat Jenderal Pajak (DJP) juga senantiasa melakukan pemeriksaan laporan pajak perusahaan untuk menelaah kepatuhan perusahaan dalam menghitung, membayar, dan melapor pajak sesuai peraturan yang berlaku.

Praktik agresivitas pajak sendiri merupakan praktik yang tidak dapat dibenarkan dengan alasan apa pun, lantaran aktivitas ini dilakukan dengan niat mengurangi kewajiban pajak. Padahal untuk meringankan tanggung jawab pajak perusahaan, pemerintah telah membuat regulasi yang memperbolehkan perusahaan membayar pajak penghasilan dengan cara mencicil. Sehingga nilai potongan pajak yang dibayarkan tidak terlalu besar dalam satu waktu. Selain meringankan beban pajak dengan berbagai skema pelunasan pajak terutang, pemerintah juga telah menyiapkan beragam akses pembayaran dan pelaporan pajak secara online untuk mempermudah wajib pajak.

2.2.2 Corporate Social Responsibility (CSR)

Tanggung jawab sosial perusahaan/CSR merupakan salah satu bagian dari strategi bisnis perusahaan dalam jangka panjang. Tanggung jawab sosial atau corporate social responsibility (CSR) adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan adalah memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan seperti terhadap masalah-masalah yang berdampak pada lingkungan seperti polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja. CSR tidak hanya terbatas pada konsep pemberian bantuan dana kepada lingkungan sosial,

namun juga bagaimana perusahaan memperlakukan karyawannya dengan tidak diskriminatif, menjaga hubungan baik dengan pemasok.

Bowman dan Haire (1976) dalam Luke dan Zulaikha (2019) mendefinisikan CSR sebagai kepedulian perusahaan terhadap dampak yang diakibatkan kegiatan perusahaan kepada kesejahteraan masyarakat. Variabel ini diprosikan ke dalam pengungkapan CSR.

Standar pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang ada di Indonesia sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh *Global Reporting Initiative* standar ini dipilih karena berguna dalam peningkatan kualitas dan pemanfaatan *sustainability reporting*. Menurut Trisnawati dalam (Indriyani, 2016) secara umum, standar pelaporan yang sudah dikenal untuk mengimplementasikan CSR yaitu GRI (*Global Reporting Initiative*). GRI merupakan sebuah organisasi yang telah melopori perkembangan pengungkapan CSR. Pengungkapan tentang tanggung jawab social perusahaan dengan menggunakan GRI telah banyak dilakukan oleh peneliti seperti Sembiring dalam (Indriyani, 2016) menggunakan 78 item pengungkapan.

2.2.3 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan salah satu karakteristik perusahaan yang sangat penting. Ukuran perusahaan merupakan suatu pengukuran yang dikelompokkan berdasarkan besar kecilnya perusahaan dan dapat menggambarkan aktivitas serta pendapatan perusahaan (Nugraha dan Meiranto, 2015) dalam (Yauris dan Agoes, 2019).

Ukuran perusahaan dapat pula mempengaruhi pajak penghasilan yang akan dibayar. Ukuran perusahaan secara langsung mencerminkan tinggi rendahnya aktivitas operasi suatu perusahaan. Pada umumnya semakin besar suatu perusahaan maka akan semakin besar pula aktivitasnya. Perusahaan besar mempunyai prosedur internal yang tertata dan hubungan kerja yang lebih beragam (Hartadinata dan Tjaraka, 2013) dalam (Yauris dan Agoes, 2019). Penelitian yang dilakukan oleh (Napitu dan Kurniawan, 2016) dalam (Yauris dan Agoes, 2019). menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak karena perusahaan berskala besar akan membayar pajak lebih rendah daripada perusahaan yang berskala kecil hal ini disebabkan karena perusahaan berskala besar mempunyai lebih banyak sumber daya yang dapat digunakan untuk perencanaan pajak. (Luke dan Zulaikha, 2016) dalam (Yauris dan Agoes, 2019) juga menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak karena perusahaan besar memiliki sumber daya yang besar pula untuk membuat perencanaan pajak dengan baik. Perusahaan yang dapat membuat perencanaan dengan baik dapat mengurangi jumlah pajak yang harus dibayarkan perusahaan.

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai analisis agresivitas pajak telah banyak dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu. Penelitian tentang masalah agresivitas pajak, *Corporate social responsibility*, dan ukuran perusahaan telah banyak dilakukan di Indonesia maupun di Negara lain, dengan berbagai inovasi dan perubahan baik dalam metode perhitungan maupun sampel yang digunakan. Namun penelitian-

penelitian tersebut memiliki hasil yang berbeda-beda. Beberapa penelitian yang sudah pernah dilakukan antara lain:

2.3.1 Penelitian tentang *Corporate social responsibility* (CSR) terhadap agresivitas pajak.

Tabel 2.3.1

***Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap agresivitas pajak.**

No	Peneliti dan tahun	Hasil penelitian
1	Luke dan Zulaikha	<i>Corporate social responsibility</i> (CSR) berpengaruh negative terhadap agresivitas pajak
2	Dea Listika Sari, 2017	<i>Corporate social responsibility</i> (CSR) berpengaruh terhadap agresivitas pajak
3	Kholid Hidayat, Arles P, Ompusunggu, H. Suratno 2016	<i>Corporate social responsibility</i> (CSR) berpengaruh negatif terhadap pajak
4	Juniati Gunawan, 2017	<i>Corporate social responsibility</i> (CSR) berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak

Tabel 2.3.1

Ukuran Perusahaan terhadap agresivitas pajak.

No	Peneliti dan Tahun	Hasil
1	Sulistyowati dan Lisa Ariska Ulfah† (2015)	Leverage tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak
2	Hanik Lailatul Kuriah Nur Fadjrih Asyik (2015)	Leverage berpengaruh terhadap agresivitas pajak
3	Irvan Tiaras dan Henryanto Wijaya (2015)	Leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak
4	Sarjito Surya Siti Noerlaela (2016)	Leverage berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak

2.4 Kerangka Penelitian Teoritis dan Pengembangan Hipotesis

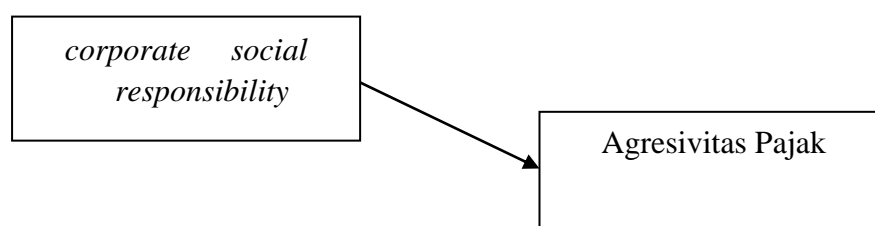
2.4.1 Kerangka Penelitian Teoritis

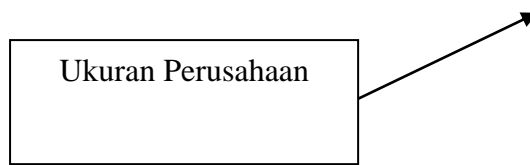
Agresivitas pajak dipengaruhi oleh beberapa faktor

diantaranya adalah *corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan.

Kerangka pemikiran teoritis mengenai faktor-faktor yang

mempengaruhi agresivitas pajak dapat digambarkan sebagai berikut :





2.4.2 Pengembangan Hipotesis

2.4.2.1 Pengaruh *Corporate social responsibility* (CSR) terhadap Agresivitas pajak

Corporate social responsibility adalah suatu usaha yang dilakukan oleh perusahaan melalui bermacam-macam aktivitas bagi bentuk pertanggungjawaban kepada para *stakeholder* untuk menciptakan legitimasi dan reputasi perusahaan sehingga dapat diterima oleh masyarakat. Semakin tinggi aktivitas *Corporate Social Responsibility* maka akan semakin besar pula perusahaan dikenal oleh masyarakat. Dengan banyaknya aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan dan mendapatkan legitimasi dan reputasi oleh masyarakat maka perusahaan akan mempertimbangkan untuk melakukan aktivitas yang dapat merusak citra perusahaan seperti melakukan agresivitas pajak.

Dalam penelitian yang dilakukan (Kholid Hidayat, dkk 2016) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh negative terhadap agresivitas pajak. Hal ini dikarenakan semakin tinggi tingkat aktivitas *corporate social responsibility*, maka akan semakin rendah tindakan agresivitas pajak perusahaan. Semakin tinggi tingkat aktivitas *corporate social responsibility* maka perusahaan tersebut akan memiliki reputasi dan legitimasi

yang baik di masyarakat dan perusahaan akan lebih berhati-hati dalam melakukan kegiatan yang akan merusak citra baik dan menghilangkan legitimasi perusahaan, misalnya tindakan agresivitas pajak.

Maka dari penjelasan diatas mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap agresivitas pajak, hipotesis yang akan di uji adalah:

H1: *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

2.4.2.2 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan salah satu karakteristik perusahaan yang sangat penting. Ukuran perusahaan merupakan suatu pengukuran yang dikelompokkan berdasarkan besar kecilnya perusahaan dan dapat menggambarkan aktivitas serta pendapatan perusahaan (Nugraha dan Meiranto, 2015) dalam (Yauris dan Agoes, 2019).

Ukuran perusahaan dapat pula mempengaruhi pajak penghasilan yang akan dibayar. Ukuran perusahaan secara langsung mencerminkan tinggi rendahnya aktivitas operasi suatu perusahaan. Pada umumnya semakin besar suatu perusahaan maka akan semakin besar pula aktivitasnya.

H2: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yaitu jenis penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

3.2.2. Sampel Penelitian

Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar BEI tahun 2017-2019. Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. Menurut Sugiyono(2016:85) bahwa purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.

Alasan menggunakan teknik Purposive Sampling adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, penulis memilih teknik Purposive Sampling yang menetapkan

pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel-sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dari laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada periode 2017 – 2019.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini penulis menggunakan tehnik dokumentasi dari laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur yang dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui website IDX.

3.5 Variabel dan Definisi Operasional Penelitian

3.5.1 Variabel Dependen (Y)

3.5.1.1 Agresivitas Pajak

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak. Agresivitas pajak adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengurangi kewajiban pajaknya. Agresivitas pajak diproksikan ke dalam *Effective Tax Rates* (ETR). “ETR adalah proksi yang paling banyak digunakan dalam penelitian terdahulu untuk mengetahui seberapa besar perusahaan melakukan agresivitas pajak” (Lanis dan Richardson, 2012). ETR adalah proksi negatif. Dimana jika ETR tinggi maka agresivitas pajaknya rendah, sedangkan bila ETR rendah maka agresivitas pajaknya tinggi. Rumus perhitungan ETR adalah:

$$\text{ETR} = \frac{\text{Beban Pajak Total}}{\text{Pendapatan Sebelum Pajak}}$$

Menurut Lanis dan Richardson, (2012) dalam (Luke dan Zulaikha). ETR adalah proksi negatif. Dimana jika ETR tinggi maka agresivitas pajaknya rendah, sedangkan bila ETR rendah maka agresivitas pajaknya tinggi.

3.5.2 Variabel Independen (X)

3.5.2.1 *Social Responsibility* (CSR)

Tingkat aktivitas *corporate social responsibility* diukur dengan menggunakan proksi indeks pengungkapan *corporate social responsibility* Lanis dan Richardson, (2012) dalam Simorangkir, et, al (2018). Pengukuran pengungkapan CSR yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan ukuran milik Sembiring (2007) dalam Luke dan Zulaikha. Sembiring membuat indikator pengungkapan informasi CSR yang disesuaikan dengan keadaan Indonesia. Indikator Sembiring memiliki 7 kategori pengungkapan informasi CSR dengan total item pengungkapan sebanyak 78 pengungkapan. Rincian indikator Sembiring (2007) adalah,

Tabel 5.3.2.1

Indikator Pengungkapan Informasi CSR

Indikator	Jumlah Item
Lingkungan	13
Energi	7
Kesehatan dan Keselamatan Kerja	8

Lain-lain tenaga kerja	29
Produk	10
Keterlibatan Masyarakat	9
Umum	2
Total Item	78

Pengukuran ini dilakukan dengan cara mencocokkan aktivitas-aktivitas CSR yang diungkapkan pada laporan tahunan perusahaan dengan *check list* indikator Sembiring diatas. Penelitian ini, menggunakan metode *check list* yang digunakan oleh Sagala (2015) dalam Luke dan Zulaikha dengan aturan apabila aktivitas CSR perusahaan diungkapkan maka diberikan nilai 1, dan jika aktivitas CSR perusahaan tidak diungkapkan maka diberikan nilai 0 pada *check list*. Total *check list* kemudian dihitung untuk mendapatkan total jumlah aktivitas CSR yang diungkapkan perusahaan. Jumlah total pengungkapan tiap-tiap perusahaan kemudian dibagi dengan total seluruh indikator Sembiring. Rumus perhitungan CSR adalah sebagai berikut:

$$CSR D = \frac{\sum X_{yi}}{N}$$

Keterangan:

CSR D : Luas pengungkapan tanggung jawab social dan lingkungan perusahaan y

$\sum X_{yi}$: jumlah item pengungkapan CSR perusahaan y pada tahun i

N : jumlah indikator CSR, jumlahnya 78

3.5.2.2 *Leverage*

Leverage merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, atau mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai dengan utang. Rumus *Leverage* menurut penelitian (Windaswari et al, 2018) dihitung dengan menggunakan rasio *Total Debt to Total Asset* (DTA). Apabila rasio ini meningkat maka semakin banyak hutang yang digunakan oleh perusahaan untuk mendapatkan laba. Dalam penelitian ini *leverage* diukur dengan rumus :

$$DTA = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aset}}$$

Leverage dalam perusahaan dikatakan baik apabila DTA rendah, dikarenakan perusahaan dalam menjalankan operasionalnya menjadi lebih baik karena tidak terikat oleh pihak manapun khususnya kreditur sehingga kemungkinan perusahaan untuk melakukan pengurangan beban pajak.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah cara untuk menyederhanakan data kedalam bentuk yang lebih mudah dipahami. Tujuan analisis data yakni untuk memperoleh informasi relevan yang terdapat di dalam data tersebut dan menggunakan hasil penelitian tersebut untuk memecahkan suatu masalah (Ghozali, 2016).

3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistic deskriptif digunakan untuk menggambarkan atau menjelaskan suatu data dari nilai maksimum, minimum, rata-rata (mean), median, modus, dan standar deviasi (Ghozali, 2016). Analisis statistic deskriptif memiliki tujuan untuk memberikan gambaran mengenai suatu data sehingga data yang disajikan menjadi mudah dipahami dan informatif dalam memahami variable yang digunakan dalam penelitian.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan pengujian yang dilakukan atas model utama dalam penelitian sebelum melakukan regresi untuk memberikan keyakinan memadai mengenai keandalan data. Pengujian ini bertujuan untuk mendapatkan nilai estimasi yang diperoleh bersifat BLUE (Best, Linear, Unbiased, and Estimator). Terdapat 4 cara untuk melakukan uji asumsi klasik, yaitu uji multikolonieritas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas.

3.6.2.1 Uji Multikolonieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas.

Dalam mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi dapat dilihat dari perhitungan nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Regresi bebas dari multikolonieritas jika nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,10.

3.6.2.2 Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2018:111) uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam metode regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan dengan periode $t-1$ (sebelumnya). Jika tidak terjadi korelasi, maka dinamakan adanya problem autokorelasi. Salah satu uji yang dapat digunakan untuk mendeteksi adanya autokorelasi adalah uji Breusch Godfrey atau disebut dengan Lagrange Multiplier Apabila nilai probabilitas $> \alpha = 5\%$ berarti tidak terjadi autokorelasi. Sebaliknya nilai probabilitas $< \alpha = 5\%$ berarti terjadi autokorelasi

3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016) uji heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual data pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah model yang seharusnya tidak mengalami heterokedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melakukan uji statistik *Glester-Test*. Langkah untuk melakukan uji glester dengan meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Apabila nilai signifikan antara variabel independen dengan absolut residual kurang dari 0,05 maka terjadi heterokedastisitas, sebaliknya jika nilai signifikan antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3.6.2.4 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel pengganggu memiliki distribusi normal. Cara yang digunakan untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2011).

Uji normalitas harus dilakukan secara berhati-hati agar tidak menyesatkan karena secara visual terlihat normal akan tetapi secara statistik bisa sebaliknya. Oleh sebab itu, disamping uji grafik perlu dilakukan uji statistik. Uji statistik pada penelitian ini menguji normalitas residual adalah uji statistik Kolmogorov-smirnov (K-S). Pedoman pengambilan keputusan uji statistik Kolmogorov-smirnov (K-S) adalah :

- a. jika nilai Sig atau signifikansi < 0,05 secara statistik H₀ ditolak maka Distribusi adalah tidak normal.
- b. Jika nilai Sig atau signifikansi > 0,05 H₀ diterima maka distribusi adalah normal.

Ditampilkan pula grafik normal *P-plot of regression standardized residual* untuk memperoleh hasil uji normalitas (Ghozali, 2011).

3.6.3 Uji Analisis Regresi Linier

3.6.3.1 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Model regresi untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah:

$$AP = a_0 + b_1 \text{ CSR} + b_2 \text{ ROA} + b_3 \text{ SIZE} + b_4 \text{ INVINT} +$$

Keterangan:

AP : agresivitas pajak perusahaan diukur dengan menggunakan proksi

ETR

a0 : konstanta

b1, b2, b3, b4 : koefisien regresi

CSRD : banyaknya aktivitas CSR perusahaan diukur dengan proksi CSR
disclosure

ROA : profitabilitas perusahaan

INVINT : intensitas persediaan perusahaan

SIZE : ukuran perusahaan

E : error (kesalahan pengganggu)

3.6.3.2 Uji Kebaikan Model

1. Uji Statistik F

Uji statistic f digunakan untuk menguji apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam penelitian ini mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variable dependen. Pengujian secara simultan ini dilakukan dengan cara membandingkan antara tingkat signifikansi f dari hasil pengujian dengan nilai signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini. Cara pengujian simultan terhadap variable independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi $f \leq 0,05$ artinya semua variable independen secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap variable dependen.

- Jika nilai signifikansi $f \geq 0,05$ artinya semua variable independen secara simultan atau bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variable dependen.

2. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (*Adjusted R2*) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variable dependen. Nilainya adalah nol dan satu, nilai yang kecil berarti kemampuan variable independen dalam menjelaskan variasi variable dependen sangat terbatas. Jika mendekati satu maka kemampuan variable independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan.

3.6.3.3 Pengujian Hipotesis (Uji t)

Uji t dilakukan untuk melihat seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut :

1. Perumusan Hipotesis

- a) $H_0 : \beta \geq 0$, artinya *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

$H_{a1} : \beta < 0$, artinya *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap Agresivitas Pajak.

- b) $H_0 : \beta \geq 0$, artinya Komisaris Independen tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

$H_{a2} : \beta < 0$, artinya Komisaris Independen berpengaruh negatif terhadap Agresivitas Pajak.

c) $H_0 : \beta \leq 0$, artinya *Leverage* tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

$H_{a3} : \beta > 0$, artinya *Leverage* berpengaruh positif terhadap Agresivitas Pajak.

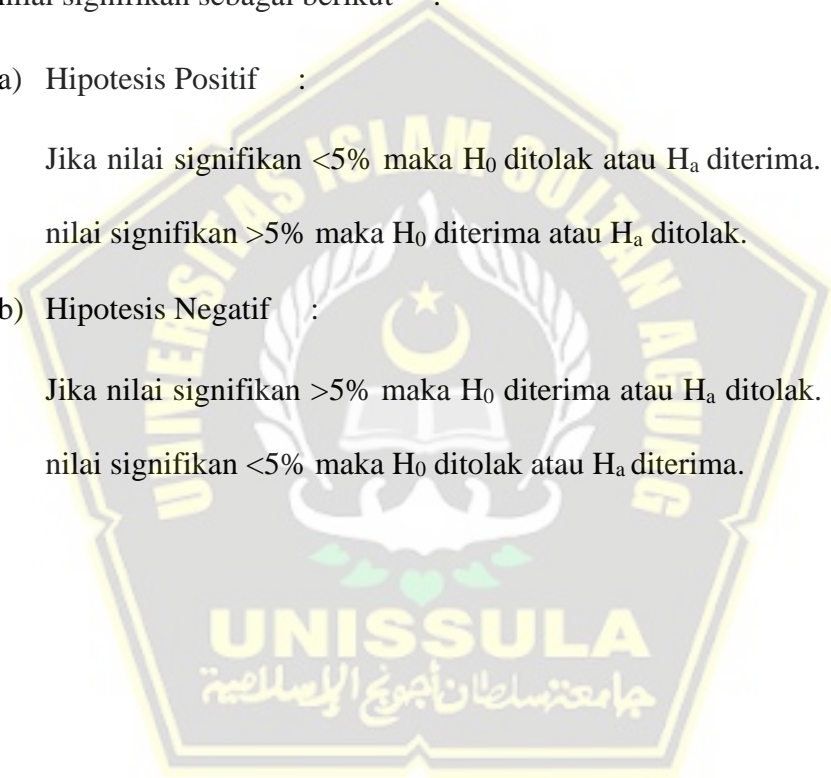
2. Menentukan tingkat signifikan (α) yaitu sebesar 5%.
3. Menentukan criteria penerimaan atau penolakan H_0 , yaitu dengan melihat nilai signifikan sebagai berikut :

a) Hipotesis Positif :

Jika nilai signifikan $< 5\%$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima. Namun jika nilai signifikan $> 5\%$ maka H_0 diterima atau H_a ditolak.

b) Hipotesis Negatif :

Jika nilai signifikan $> 5\%$ maka H_0 diterima atau H_a ditolak. Namun jika nilai signifikan $< 5\%$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Sampel

Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan Manufaktur sahamnya terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) period tahun 2017-2019. Sedangkan teknik sampling yang digunakan adalah *purposiv sampling* yang berdasarkan kriteria.

4.2 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif lebih dahulu dilakukan sebelum melakukan pengujian terhadap model dan hipotesis. Statistik deskriptif dilakukan untuk mengetahui data berdasarkan nilai minimum, maksimum, mean, dan standar deviasi. Berikut ini hasil statistik deskriptif untuk variabel CSR, Leverage, agresivitas pajak adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2
Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	84	.00	.91	.5079	.20540
X2	84	.09	3.34	.7390	.67217
Y	84	.20	.32	.2568	.02282
Valid N (listwise)	84				

Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui bahwa sebanyak 84 Perusahaan dengan nilai maksimum Variabel X1 0.91, Variabel X2 3.34 dan Variabel Y 0.32. dengan Nilai Mean Variabel X1 0.50, Variabel X2 0.73 dan

Variabel Y 0.25. dengan nilai std dev Variabel X1 0.20, Variabel X2 0.67 dan Variabel Y 0.22.

4.3 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis Penelitian

4.3.1 Uji Asumsi Klasik

4.3.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui kenormalan distribusi data untuk masing-masing variabel penelitian. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel yang ada dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak. Sehingga dapat ditentukan jenis statistik yang digunakan pada langkah selanjutnya.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan program SPSS V.26.00 *for windows* untuk menguji data berdistribusi normal atau tidak. Perhatikan tabel di bawah ini.

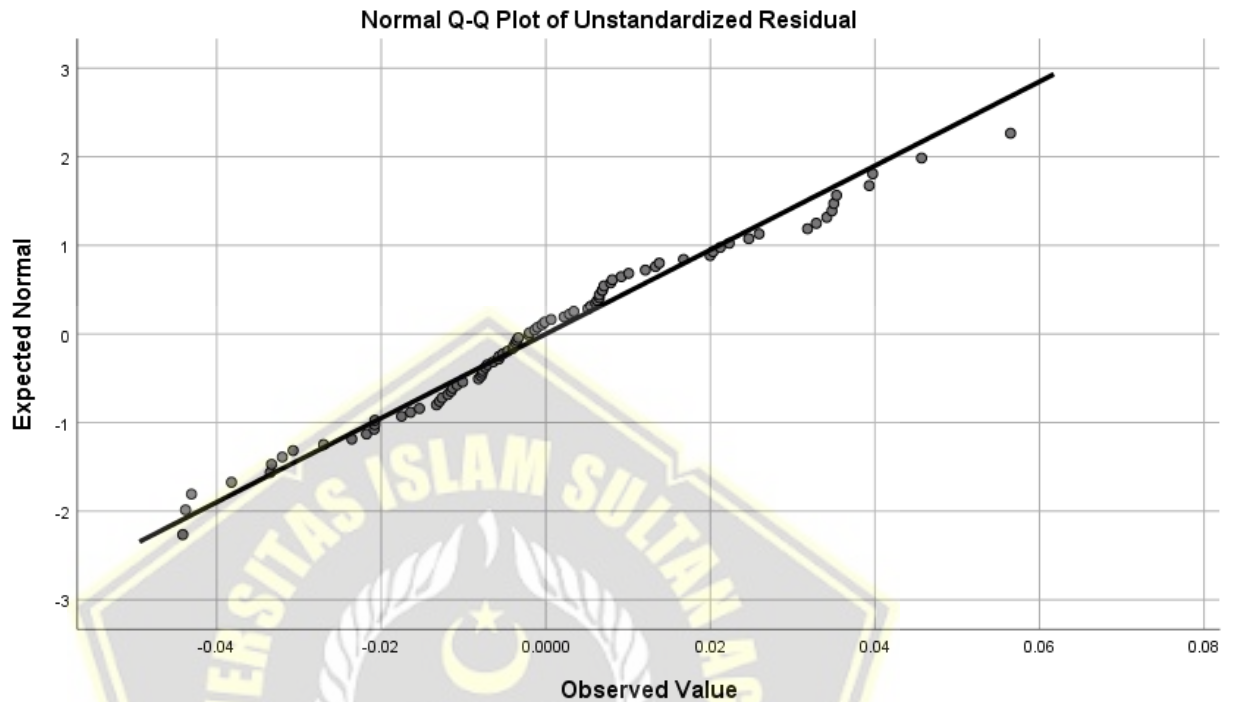
Tabel 4.3.1.1
Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Unstandardized Residual	.089	84	.099	.981	84	.257

a. Lilliefors Significance Correction

Dapat dilihat pada tabel bahwa nilai *Sig.* untuk Standardized residual adalah = 0.099. maka nilai $Sig > 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data variabel berasal dari populasi berdistribusi normal.

Uji kenormalan dapat juga dilihat dari grafik *Normal Q-Q Plot* dari gambar yang diolah dengan data SPSS berikut.



Data di atas dikatakan berdistribusi normal jika data tersebut tersebar di sekeliling garis. Pada gambar *Normal Q-Q plot* di atas terlihat bahwa data menyebar pada garis diagonal. Sehingga dapat dikatakan bahwa data telah terdistribusi normal.

4.3.1.2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah situasi adanya korelasi yang kuat antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lainnya dalam analisis regresi. Apabila dalam analisis terdeteksi multikolinearitas maka angka estimasi koefisien regresi yang didapatkan mempunyai nilai yang tidak sesuai dengan substansi,

sehingga dapat menyesatkan interpretasi. Selain itu juga nilai *standard error* setiap koefisien regresi dapat menjadi tidak terhingga.

Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas antara variabel bebas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.3.1.2
Hasil uji multikolinieritas dengan metode TOL dan VIF

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	1.000	1.000
	X2	1.000	1.000
a. Dependent Variable: Y			

Model dikatakan terbebas dari multikolinearitas apabila nilai VIF <10 atau nilai *tolerance* semakin mendekati 1. Dari tabel 4.2 dapat dilihat bahwa perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel bebas yang memiliki nilai VIF lebih dari 10, selain itu juga tidak terdapat nilai *Tolerance* yang < 0,10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antara *variable independent* (variabel bebas).

4.3.1.3 Uji Autokorelasi

Uji asumsi ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada t-1 sebelumnya. Autokorelasi muncul karena observasi yang berkaitan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya.

Untuk mengetahui adanya autokorelasi dapat dideteksi dengan menggunakan Durbin Watson dengan cara melihat tabel Model *Summary* yang merupakan output dari *SPSS V.26.00 for windows*.

Tabel 4.3.1.3
Tabel Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.385 ^a	.148	.127	.02133	1.754
a. Predictors: (Constant), X2, X1					
b. Dependent Variable: Y					

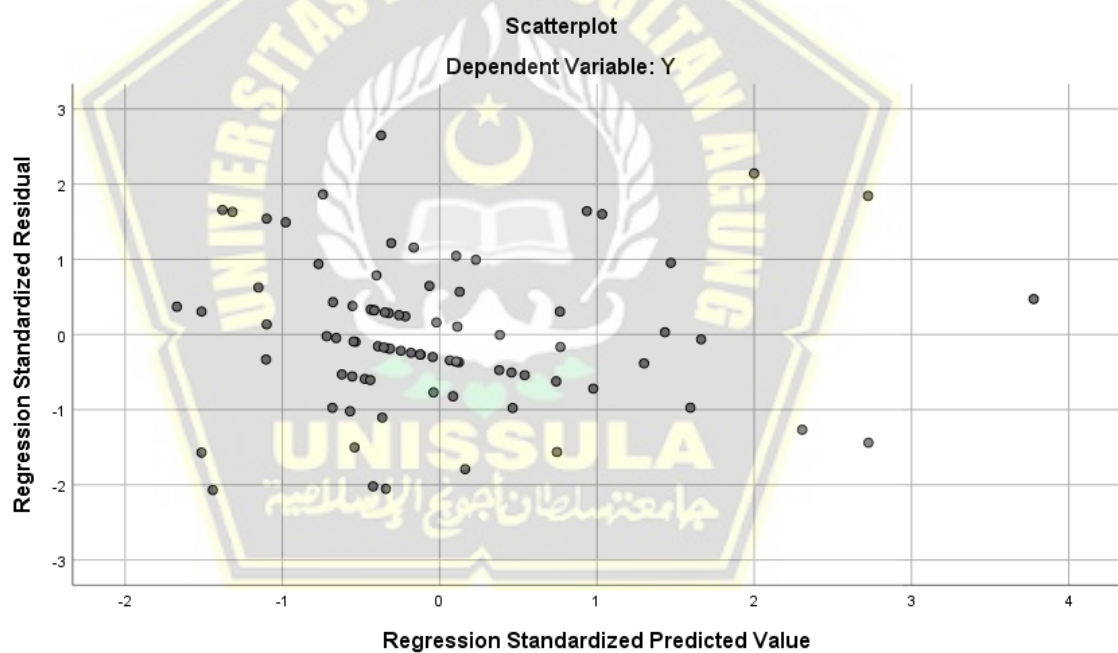
Asumsi autokorelasi terlanggar apabila angka Durbin-Watson sebesar < 1 dan > 3 . Sedangkan dari hasil pengolahan data yang ditunjukkan oleh Tabel 4.3 di atas diperoleh angka Durbin-Watson sebesar 1.754, ini dapat diartikan bahwa tidak terjadi autokorelasi positif maupun negatif pada model regresi. Sehingga asumsi autokorelasi terpenuhi.

4.3.1.4 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Cara Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedstisitas, yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya ZRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara ZRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi $-$ Y sesungguhnya) yang telah *standardized*. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *SPSS V.26 for windows*,

hasil dari pengolahan data untuk uji heteroskedastisitas dapat dilihat dari grafik *scatterplot* di bawah ini:



Gambar 4.2
Grafik *Scatterplot*
(Sumber: Pengolahan SPSS)

Dari grafik *scatterplot* di atas terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

4.3.2 Pengujian Hipotesis Penelitian

4.3.2.1 Analisis Regresi berganda

Analisis regresi ganda digunakan untuk menentukan apakah variable (Y) dapat disebabkan oleh variable (X). Adapun rumus yang digunakan adalah

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Adapun untuk memudahkan dalam melakukan perhitungan, peneliti menggunakan *software SPSS 26*. Berikut merupakan pengerjaan menggunakan SPSS:

Tabel 4.3.2
Koefisien Regresi

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.261	.007		38.509	.000		
	X1	-.024	.011	-.219	-2.134	.036	1.000	1.000
	X2	.011	.003	.313	3.047	.003	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil pengukuran regresi yang ditunjukkan pada tabel 4.10 maka persamaan regresi yang berbentuk adalah :

$$Y = 0.261 + -0.024 X_1 + 0.011 X_2$$

Dari persamaan regresi di atas, dapat diketahui bahwa:

- a) Variabel X_1 memiliki nilai coefficients -0.024 yang artinya setiap penurunan nilai X_1 satu satuan maka nilai Variabel Y akan meningkat sebesar -0.024
- b) Variabel X_2 memiliki nilai coefficients 0.011 yang artinya setiap peningkatan nilai X_2 satu satuan maka nilai Variabel Y akan meningkat sebesar 0.011 .

4.3.2.2 Uji t statistik

Pengujian ini dilakukan untuk menguji signifikansi koefisien dari setiap variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Yaitu variabel bebas X terhadap variabel terikat (Y) Hasil perhitungan uji t dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.11

Uji T

Coefficients ^a						
Model				Standardized Coefficients	t	Sig.
				Beta		
1	(Constant)	0.261	0.007		38.509	0.000
	X1	-0.024	0.011	-0.219	-2.134	0.036
	X2	0.011	0.003	0.313	3.047	0.003
a. Dependent Variable: Y						

Tabel 4.11 di atas, menunjukkan pengaruh secara parsial antara variabel X terhadap variabel Y . Dengan membandingkan nilai Sig. terhadap $\alpha = 0.05$ maka dapat dijelaskan:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variable X1 dengan variabel Y dengan nilai signifikansi $0,036 < 0,05$ sehingga H_1 diterima dan H_0 ditolak
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variable X2 dengan variabel Y dengan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$ sehingga H_1 diterima dan H_0 ditolak.

4.3.2.3 Uji Korelasi & Koefisien Determinasi

a. Menghitung Korelasi sederhana

Analisis korelasi merupakan analisis untuk mengetahui seberapa benar atau kuat hubungan antara variabel yang satu dengan variabel lainnya. Korelasi produk moment merupakan salah satu bentuk statistik parametris karena menguji data pada skala interval atau rasio.

Dengan kriteria pengujian :

Tolak H_0 jika Sig. < 0.05

Terima H_0 jika Sig. > 0.05

Tabel 4.12
Tabel Korelasi Sederhana

Correlations				
		X1	X2	Y
X1	Pearson Correlation	1	-.017	-.224*
	Sig. (2-tailed)		.881	.040
	N	84	84	84
X2	Pearson Correlation	-.017	1	.316**
	Sig. (2-tailed)	.881		.003
	N	84	84	84
Y	Pearson Correlation	-.224*	.316**	1
	Sig. (2-tailed)	.040	.003	
	N	84	84	84
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).				
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).				

Pada tabel di atas dapat dilihat pada bagian Pearson correlation. Nilai Sig. dari variabel X1 perumusan adalah sebesar 0.040 atau kurang dari 0.05 maka H_0 ditolak dan terima H1 adalah Ada hubungan yang signifikan antara Variabel X1 dengan Variabel Y dan Arah hubungan adalah Negatif. dari variabel X2 perumusan adalah sebesar 0.003 atau kurang dari 0.05 maka H_0 ditolak dan terima H1 adalah Ada hubungan yang signifikan antara Variabel X2 dengan Variabel Y dan Arah hubungan adalah Positif, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi proses tahap inisiasi, maka semakin tinggi juga pemenuhan kebutuhan informasinya.

b. Menghitung Koefisien Determinasi

Tabel 4.13
Tabel Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.385 ^a	.148	.127	.02133	1.754
a. Predictors: (Constant), X2, X1					
b. Dependent Variable: Y					

Dari table di atas diketahui bahwa angka *R-Square* sebesar 0,385. Angka tersebut menyatakan bahwa 38.5% variable Y dipengaruhi oleh Variabel X1 dan Variabel X2 sedangkan 61.5% lainnya ditentukan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Cara perhitungan lain dapat dilakukan dengan menghitung nilai determinan korelasi dengan rumus:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,385^2 \times 100\%$$

$$KD = 38.5\%$$

4.3.2.4 Uji F

Pengujian signifikansi dengan menggunakan SPSS 26.00 dapat dilihat pada tabel ANOVA berikut ini:

Tabel 4.14

Tabel Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.006	2	.003	7.030	.002 ^b
	Residual	.037	81	.000		
	Total	.043	83			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Pada tabel di atas terdapat kolom sig yang merupakan nilai signifikansi suatu pengaruh ganda antar variabel atau pengaruh simultan model regresi, diperoleh nilai Sig. = 0,002.

Menentukan aturan pengambilan keputusan

Aturan pengambilan keputusan yang dipergunakan adalah sebagai berikut:

Jika Sig. < 0.05, maka pengaruh ganda signifikan.

Jika Sig. > 0.05, maka pengaruh ganda tidak signifikan.

Membuat kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS, diperoleh hasil bahwa sig penelitian $0,002 < 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa Variabel X_1 , dan Variabel X_2 berpengaruh signifikan terhadap Y yang artinya telah teruji dan diterima kebenarannya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility*, profitabilitas, dan *leverage* terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017 -2019 sehingga diperoleh hasil sebagai berikut :

1. *Corporate Social Responsibility* terbukti berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya aktivitas dan pengungkapan CSR mempengaruhi terjadinya tindakan agresivitas pajak. Hal tersebut disebabkan karena manajemen atau *agent* dalam melakukan agresivitas pajak menjadikan ada atau tidaknya aktivitas CSR sebagai pertimbangan untuk tidak melakukan agresivitas pajak.
2. *Leverage* terbukti berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Semakin tinggi *leverage* perusahaan maka semakin tinggi perusahaan melakukan agresivitas pajak. Hal ini dikarenakan perusahaan dalam mengelola perusahaan bergantung pada hutang dan semakin besar hutang maka laba kena pajak akan menjadi lebih kecil karena insentif pajak atas bunga hutang semakin besar.

5.2 Implikasi

1. Bagi Perusahaan

Perusahaan sebaiknya terus bekerja menjalankan operasi bisnisnya secara maksimal dan melakukan evaluasi berkala terhadap kinerja dari tiap

divisi yang ada agar dapat mengendalikan faktor yang akan dapat mempengaruhi agresivitas pajak.

2. Bagi Direktorat Jenderal Pajak

Pemerintah melalui Direktorat Jenderal Pajak hendaknya hendaknya untuk lebih mempertegas dan memperjelas peraturan-peraturan mengenai perpajakan di Indonesia agar tidak ada lagi perusahaan yang memmanfaatkan cela di dalam peraturan perundang-undangan untuk melakukan tindakan agresivitas pajak.

5.3 Keterbatasan Penelitian

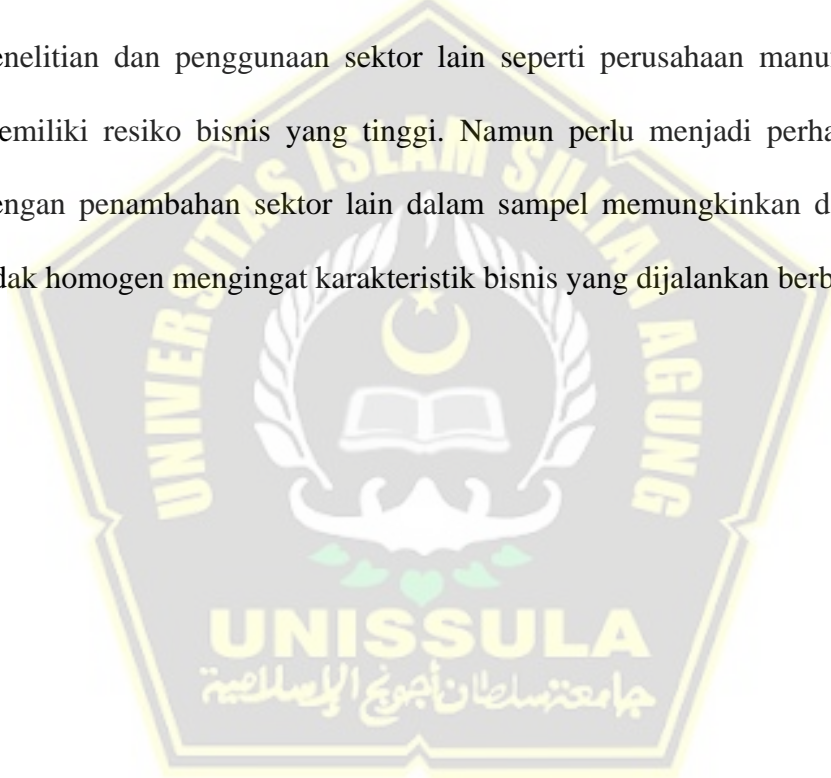
Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, kesimpulan penelitian diatas tentu terdapat implikasi sebagai berikut:

1. Dengan nilai *Adjusted R Square* sebesar 38,5% yang diperoleh dalam penelitian maka hal tersebut menjadi suatu keterbatasan dimana dalam penelitian ini hanya menguji 2 variabel independen, yaitu *corporate social responsibility* dan *leverage*. Masih banyak variabel lain yang diduga mempengaruhi agresivitas pajak.
2. Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi penelitian selanjutnya, tentunya dengan menambah variabel variabel lainnya.

5.4 Agenda Penelitian Mendatang

Berdasarkan adanya keterbatasan pada penelitian ini, maka penulis mengharapkan penelitian selanjutnya memperhatikan saran-saran sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan model lain dalam menghitung agresivitas pajak.
2. Penelitian ini telah menghasilkan *Adjusted R Square* sebesar 23,7%. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan adanya penambahan tahun penelitian dan penggunaan sektor lain seperti perusahaan manufaktur yang memiliki resiko bisnis yang tinggi. Namun perlu menjadi perhatian bahwa dengan penambahan sektor lain dalam sampel memungkinkan data menjadi tidak homogen mengingat karakteristik bisnis yang dijalankan berbeda.



DAFTAR PUSTAKA

- A. W. Leksono, S. A. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di BEI Periode Tahun 2013-2017. *Journal of Applied Business and Economic* Vo. 5No.4.
- Agoes, Y. &. (2019). Faktor Yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak Perusahaan Manufaktur Yang terdaftar DI BEI . *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, Vol. 1 No. 3.
- Alkausar, d. (2020). Agresivitas Pajak: Sebuah Meta Analisis Dalam Persepektif Agency Theory. *The International Journal Of Applied Business TIJAB* Vol. 4 No. 1.
- Gunawan, J. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Corporate Governance Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Akuntansi* Vol. XXI No. 3.
- K. Hidayat, d. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Insentif Pajak Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi* Vo. 2 No. 2.
- Maulana, I. A. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate. *Jurnal Krisna: Kumpulan Riset Akuntansi: Vol 11, No. 2.*
- Murtanto, D. &. (2021). Pengaruh Corporate Governance, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Trisakti* Vo. 8 No. 1.
- Sari, D. L. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Kepemilikan Mayoritas dan Corporate Governance Terhadap Agresivitas Pajak. *JOM Fekon* Vol. 4 No. 1.
- Simorangkir, dkk. (2018). Pengaruh Corporate Sosial Responsibility dan Komisaris Independen Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* Vo. 6 No. 2.
- Winarsih, N. A. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Leverage, Terhadap Agresvitas Pajak. *Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* .
- Zulakha, L. &. (2016). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak. *Jurnal Akuntansi & Auditing*.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar perusahaan manufaktur

KODE	PERUSAHAAN
ADES	Akasya Wira International Tbk
BUDI	Budi Acid Jaya Tbk
CEKA	Cahaya Kalbar Tbk
CINT	Chitose International Tbk
DLTA	Delta Djakarta Tbk
DVLA	Darya Varia Laboratoria Tbk
GGRM	Gudang Garam Tbk
HMSP	Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk
ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
KAEF	Kimia Farma Tbk
KINO	Kino Indonesia Tbk
KLBF	Kalbe Farma Tbk
MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk
MYOR	Mayora Indah Tbk
PYFA	Pyridam Farma Tbk
ROTI	Nippon Indosari Corporindo Tbk
SCPI	Schering Plough Indonesia Tbk
SIDO	Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk
SKBM	Sekar Bumi Tbk
SKLT	Sekar Laut Tbk
STTP	Siantar Top Tbk
TCID	Mandom Indonesia Tbk
TSPC	Tempo Scan Pasific Tbk
ULTJ	Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk
WIIM	Wismilak Inti Makmur Tbk
WOOD	Integra Indocabinet Tbk.
UNVR	Unilever Indonesia Tbk.
CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk.
FOOD	Sentra Food Indonesia Tbk.
GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk.
HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk.
HRTA	Hartadinata Abadi Tbk.
KEJU	Mulia Boga Raya Tbk.
KICI	Kedaung Indah Can Tbk
MRAT	Mustika Ratu Tbk.

PANI	Pratama Abadi Nusa Industri Tbk.
PEHA	Phapros Tbk.
PSDN	Prasidha Aneka Niaga Tbk

Lampiran 2. Data Tabulasi Agresivitas Pajak

NO	KODE	Variable_Y	Agresivitas pajak		
		PERUSAHAAN	2017	2018	2019
1	ADES	Akasya Wira International Tbk	0,25	0,24	0,24
2	BUDI	Budi Acid Jaya Tbk	0,25	0,30	0,24
3	CEKA	Cahaya Kalbar Tbk	0,25	0,25	0,24
4	CINT	Chitose International Tbk	0,23	0,39	0,48
5	DLTA	Delta Djakarta Tbk	0,24	0,23	0,23
6	DVLA	Darya Varia Laboratoria Tbk	0,28	0,26	0,26
7	GGRM	Gudang Garam Tbk	0,26	0,26	0,25
8	HMSP	Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk	0,25	0,25	0,25
9	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	0,32	0,28	0,28
10	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk	0,33	0,33	0,33
11	KAEF	Kimia Farma Tbk	0,26	0,29	0,59
12	KINO	Kino Indonesia Tbk	0,22	0,25	0,19
13	KLBF	Kalbe Farma Tbk	0,02	0,24	0,25
14	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk	0,26	0,27	0,28
15	MYOR	Mayora Indah Tbk	0,25	0,26	0,25
16	PYFA	Pyridam Farma Tbk	0,26	0,25	0,25
17	ROTI	Nippon Indosari Corporindo Tbk	0,27	0,32	0,32
18	SCPI	Schering Plough Indonesia Tbk	0,32	0,34	0,38
19	SIDO	Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk	0,22	0,24	0,25
20	SKBM	Sekar Bumi Tbk	0,19	0,24	0,81
21	SKLT	Sekar Laut Tbk	0,16	0,19	0,21
22	STTP	Siantar Top Tbk	0,25	0,21	0,21
23	TCID	Mandom Indonesia Tbk	0,26	0,26	0,28
24	TSPC	Tempo Scan Pasific Tbk	0,25	0,26	0,25
25	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk	0,31	0,26	0,20
26	WIIM	Wismilak Inti Makmur Tbk	0,26	0,28	0,36
27	WOOD	Integra Indocabinet Tbk.	0,27	0,25	0,23
28	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.	0,25	0,25	0,25
29	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk.	0,57	0,29	0,16
30	FOOD	Sentra Food Indonesia Tbk.	0,46	0,48	0,40
31	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk.	0,25	0,27	0,25

32	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk.	0,26	0,25	0,27
33	HRTA	Hartadinata Abadi Tbk.	0,25	0,26	0,25
34	KEJU	Mulia Boga Raya Tbk.	0,30	0,28	0,28
35	KICI	Kedaung Indah Can Tbk	0,01	-1,73	-0,31
36	MRAT	Mustika Ratu Tbk.	-0,05	-2,20	0,95
37	PANI	Pratama Abadi Nusa Industri Tbk.	0,27	0,33	0,00
38	PEHA	Phapros Tbk.	0,27	0,25	0,21
39	PSDN	Prasidha Aneka Niaga Tbk	0,00	0,32	0,30

Lampiran 3. Data Tabulasi CSR

NO	KODE	VARIABLE_X1	CSDI		
		PERUSAHAAN	2017	2018	2019
1	ADES	Akasya Wira International Tbk	0,3462	0,3846	0,7821
2	BUDI	Budi Acid Jaya Tbk	0,4744	0,6154	0,7821
3	CEKA	Cahaya Kalbar Tbk	0,5385	0,5128	0,5128
4	CINT	Chitose International Tbk	0,5000	0,7821	0,7821
5	DLTA	Delta Djakarta Tbk	0,4615	0,3974	0,5128
6	DVLA	Darya Varia Laboratoria Tbk	0,4487	0,5128	0,5128
7	GGRM	Gudang Garam Tbk	0,3462	0,5128	0,5128
8	HMSP	Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk	0,3590	0,3718	0,7692
9	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	0,3205	0,3718	0,8846
10	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk	0,5641	0,5897	0,8846
11	KAEF	Kimia Farma Tbk	0,3590	0,4103	0,9103
12	KINO	Kino Indonesia Tbk	0,3846	0,4231	0,8846
13	KLBF	Kalbe Farma Tbk	0,3718	0,4359	0,8846
14	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk	0,3077	0,3077	0,7692
15	MYOR	Mayora Indah Tbk	0,4744	0,5128	0,7821
16	PYFA	Pyridam Farma Tbk	0,3462	0,4487	0,2821
17	ROTI	Nippon Indosari Corporindo Tbk	0,4103	0,3846	0,8846
18	SCPI	Schering Plough Indonesia Tbk	0,4231	0,4231	0,4231
19	SIDO	Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk	0,4231	0,4103	0,5128
20	SKBM	Sekar Bumi Tbk	0,5256	0,4615	0,3974
21	SKLT	Sekar Laut Tbk	0,3205	0,3590	0,7821
22	STTP	Siantar Top Tbk	0,5256	0,6026	0,8846
23	TCID	Mandom Indonesia Tbk	0,4231	0,4872	0,4103
24	TSPC	Tempo Scan Pasific Tbk	0,5000	0,5385	0,5128
25	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk	0,4231	0,5000	0,7821
26	WIIM	Wismilak Inti Makmur Tbk	0,4231	0,7692	0,8846

27	WOOD	Integra Indocabinet Tbk.	0,3462	0,3718	0,3718
28	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.	0,5128	0,9103	0,8846
29	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk.	0,0000	0,5128	0,3974
30	FOOD	Sentra Food Indonesia Tbk.	0,0000	0,8846	0,8846
31	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk.	0,0000	0,5128	0,5128
32	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk.	0,0000	0,8846	0,4744
33	HRTA	Hartadinata Abadi Tbk.	0,5128	0,7821	0,7821
34	KEJU	Mulia Boga Raya Tbk.	0,0000	0,7692	0,7692
35	KICI	Kedaung Indah Can Tbk	0,6538	0,6538	0,6538
36	MRAT	Mustika Ratu Tbk.	0,0000	0,7692	0,8846
37	PANI	Pratama Abadi Nusa Industri Tbk.	0,0000	0,1154	0,1154
38	PEHA	Phapros Tbk.	0,7564	0,7564	0,7564
39	PSDN	Prasidha Aneka Niaga Tbk	0,2821	0,2821	0,2821

Lampiran 4. Data Tabulasi Ukuran Perusahaan

NO	KODE	VARIABLE_X2	DER		
		PERUSAHAAN	2017	2018	2019
1	ADES	Akasya Wira International Tbk	0,99	0,83	0,45
2	BUDI	Budi Acid Jaya Tbk	1,46	1,77	1,33
3	CEKA	Cahaya Kalbar Tbk	0,54	0,2	0,23
4	CINT	Chitose International Tbk	0,25	0,26	0,34
5	DLTA	Delta Djakarta Tbk	0,17	0,19	0,18
6	DVLA	Darya Varia Laboratoria Tbk	0,47	0,4	0,4
7	GGRM	Gudang Garam Tbk	0,36	0,53	0,54
8	HMSP	Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk	0,25	0,32	0,43
9	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	11,21	0,51	0,45
10	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk	0,87	0,93	0,44
11	KAEF	Kimia Farma Tbk	0,22	1,73	1,46
12	KINO	Kino Indonesia Tbk	0,58	0,64	0,74
13	KLBF	Kalbe Farma Tbk	0,21	0,19	0,21
14	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk	1,36	1,47	1,53
15	MYOR	Mayora Indah Tbk	1,03	1,06	0,92
16	PYFA	Pyridam Farma Tbk	0,47	0,57	0,53
17	ROTI	Nippon Indosari Corporindo Tbk	0,62	0,51	0,51
18	SCPI	Schering Plough Indonesia Tbk	2,79	2,26	1,53
19	SIDO	Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk	0,09	0,15	0,15
20	SKBM	Sekar Bumi Tbk	0,59	0,7	0,85
21	SKLT	Sekar Laut Tbk	1,07	1,28	1,08
22	STTP	Siantar Top Tbk	0,69	0,6	0,34

23	TCID	Mandom Indonesia Tbk	0,27	0,24	0,26
24	TSPC	Tempo Scan Pasific Tbk	0,46	0,45	0,45
25	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk	0,23	0,16	0,17
26	WIIM	Wisnilak Inti Makmur Tbk	0,25	0,25	0,26
27	WOOD	Integra Indocabinet Tbk.	1,01	0,87	1,04
28	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.	2,65	1,75	2,91
29	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk.	0,31	0,13	0,13
30	FOOD	Sentra Food Indonesia Tbk.	9,62	1,3	0,6
31	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk.	1,83	0,69	0,83
32	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk.	0,21	0,34	0,32
33	HRTA	Hartadinata Abadi Tbk.	0,42	0,41	0,91
34	KEJU	Mulia Boga Raya Tbk.	0,43	0,43	0,53
35	KICI	Kedaung Indah Can Tbk	0,63	0,63	0,75
36	MRAT	Mustika Ratu Tbk.	0,36	0,39	0,45
37	PANI	Pratama Abadi Nusa Industri Tbk.	0,95	0,13	0,09
38	PEHA	Phapros Tbk.	0,68	1,37	1,55
39	PSDN	Prasidha Aneka Niaga Tbk	1,31	1,87	3,34

Lampiran 5. Hasil Uji Statistik Deskriptif

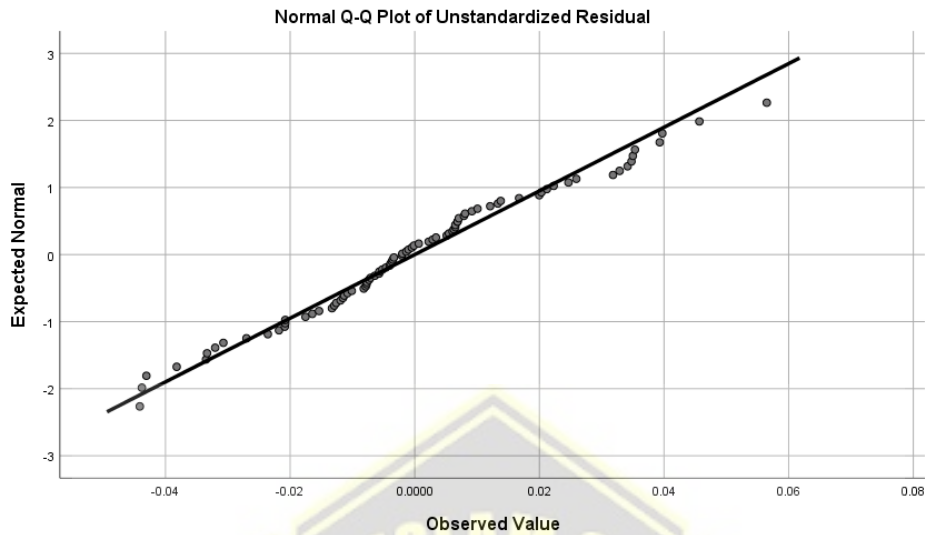
Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	84	.00	.91	.5079	.20540
X2	84	.09	3.34	.7390	.67217
Y	84	.20	.32	.2568	.02282
Valid N (listwise)	84				

Lampiran 6. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Unstandardized Residual	.089	84	.099	.981	84	.257

a. Lilliefors Significance Correction

Lampiran 7.



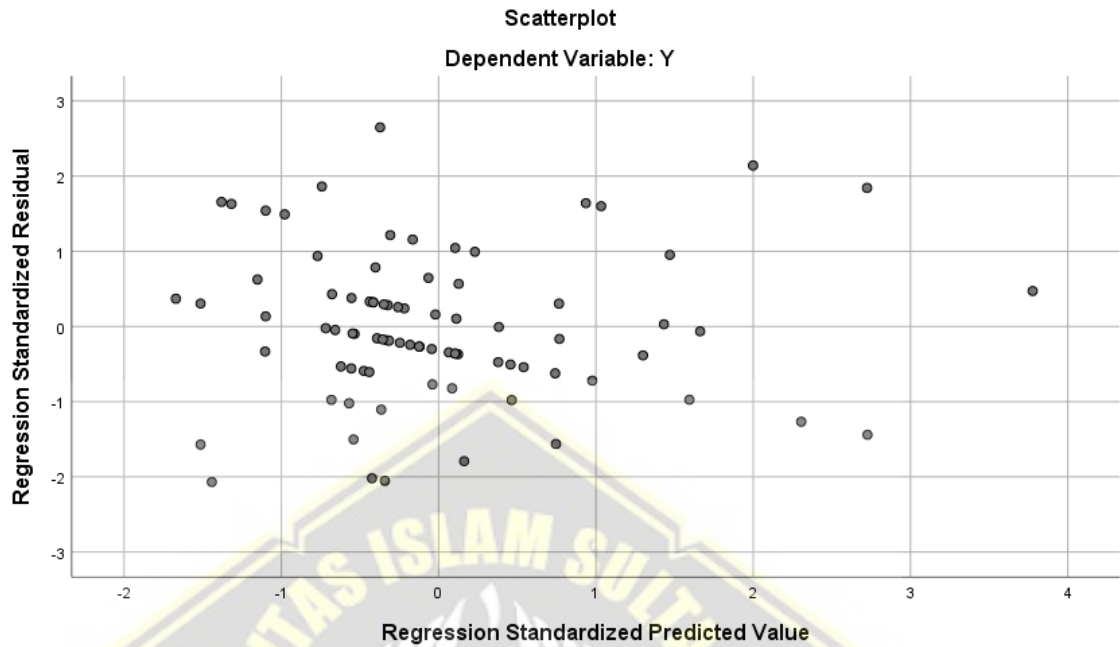
Lampiran 8. Hasil uji multikolinieritas dengan metode TOL dan VIF

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	1.000	1.000
	X2	1.000	1.000
a. Dependent Variable: Y			

Lampiran 9. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.385 ^a	.148	.127	.02133	1.754
a. Predictors: (Constant), X2, X1					
b. Dependent Variable: Y					

Lampiran 10. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 11. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.261	.007		38.509	.000		
	X1	-.024	.011	-.219	-2.134	.036	1.000	1.000
	X2	.011	.003	.313	3.047	.003	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 12. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model				Standardized Coefficients	t	Sig.
				Beta		
1	(Constant)	0.261	0.007		38.509	0.000
	X1	-0.024	0.011		-2.134	0.036
	X2	0.011	0.003		3.047	0.003

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 13. Uji Korelasi Sederhana

Correlations				
		X1	X2	Y
X1	Pearson Correlation	1	-.017	-.224*
	Sig. (2-tailed)		.881	.040
	N	84	84	84
X2	Pearson Correlation	-.017	1	.316**
	Sig. (2-tailed)	.881		.003
	N	84	84	84
Y	Pearson Correlation	-.224*	.316**	1
	Sig. (2-tailed)	.040	.003	
	N	84	84	84
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).				
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).				

Lampiran 14. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	.385 ^a	.148	.127	.02133	1.754	
a. Predictors: (Constant), X2, X1						
b. Dependent Variable: Y						

Lampiran 15. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.006	2	.003	7.030	.002 ^b
	Residual	.037	81	.000		
	Total	.043	83			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						