

**PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP  
NILAI PERUSAHAAN DENGAN *ISLAMIC  
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING**

(Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di JII tahun 2017 – 2020)

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana S1

Program Studi Akuntansi



Disusun Oleh:

Nindita Firdiana

NIM: 31401700123

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

2022

**HALAMAN PENGESAHAN**

Usulan Penelitian Skripsi

**PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP NILAI PERUSAHAAN  
DENGAN *ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING**

(Study Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di JII Tahun 2017-2020)

Disusun Oleh:

**Nindita Firdiana**

**NIM: 31401700123**

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya  
dapat diajukan dihadapan sidang panitia ujian usulan penelitian untuk pra skripsi

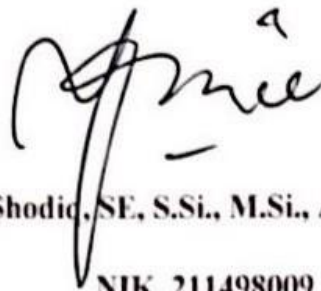
Program Studi Kuntansi Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Sultan Agung Semarang

جامعته سلطان أبجوع الإسلامية

Semarang, 23 September 2022

Pembimbing,



**Dr. H. M. Ja'far Shodik, SE, S.Si., M.Si., Akt., CA., CSRA., CSRS**

**NIK. 211498009**

**PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP NILAI PERUSAHAAN  
DENGAN *ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING**

(Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di JII tahun 2017 – 2020)

**Disusun Oleh:**

**Nindita Firdiana**

**Nim: 31401700123**

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada tanggal 14 September 2022

**Susunan Dewan Penguji**

**Penguji I**

Dr. Hj. Indri Kartika, M.Si, Akt  
NIK. 211490002

**Penguji II**

Provita Wijayanti, SE, M.Si, Ak. CA  
NIK. 211403012

**Pembimbing**

Dr. H. M. Ja'far Shodiq, SE, S.Si, M.Si, AK, CA, CSRA, ACPA  
NIK. 211498009

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi Tanggal 27 Oktober 2022

**Djs. Ketua Program Studi Akuntansi**



Provita Wijayanti, SE, M.Si, Ak, CA  
NIK. 211403012

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nindita Firdiana

NIM : 31401700123

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Universitas : Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Dengan ini menyatakan bahwa usulan penelitian pra skripsi yang berjudul **“Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Islamic Corporate Social Responsibility* sebagai variabel intervening”** merupakan karya peneliti sendiri dan tidak ada unsur *plagiarisme* dengan cara yang tidak sesuai etika atau tradisi keilmuan dan apabila pernyataan terbukti tidak benar peneliti siap menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini peneliti buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 23 September 2022

Yang membuat pernyataan,



Nindita Firdiana

31401700123

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nindita Firdiana

NIM : 31401700123

Program Studi : S1 Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Alamat Asal : Ds. Ngabul Rt 01 / Rw 07 Kec. Tahunan Kab. Jepara

No. HP/Email : 082325737580 / [nindita.fa@gmail.com](mailto:nindita.fa@gmail.com)

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Skripsi dengan judul : **“Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Islamic Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Intervening”** dan menyetujui menjadi hak milik Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialih mediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikan di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila di kemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka sebagai bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 23 September 2022  
Yang membuat pernyataan

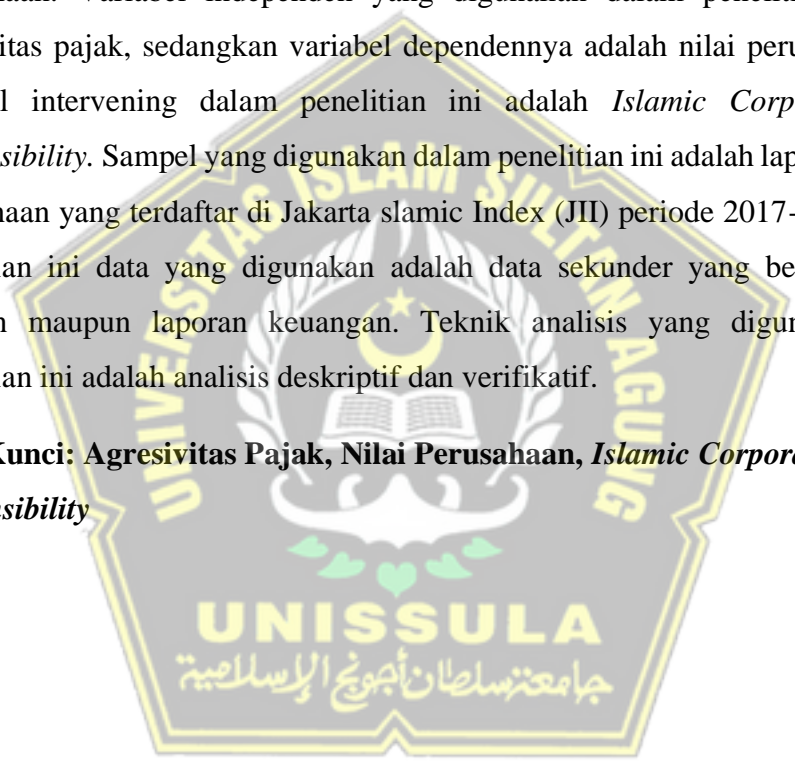


Nindita Firdiana  
31401700123

## ABSTRAK

Pada saat ini peran tanggung jawab sosial dalam perusahaan sangat penting, hal itu dapat mendorong perusahaan untuk mendapatkan citra yang baik oleh masyarakat. Dengan begitu, kelangsungan hidup perusahaan dapat berjalan dengan baik. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan bukti empiris mengenai pengaruh agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan, dan untuk mengetahui apakah *Islamic Corporate Social Responsibility* mampu memediasi agresivitas pajak dengan nilai perusahaan. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu agresivitas pajak, sedangkan variabel dependennya adalah nilai perusahaan. Dan variabel intervening dalam penelitian ini adalah *Islamic Corporate Social Responsibility*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) periode 2017-2019. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data sekunder yang berupa laporan tahunan maupun laporan keuangan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan verifikatif.

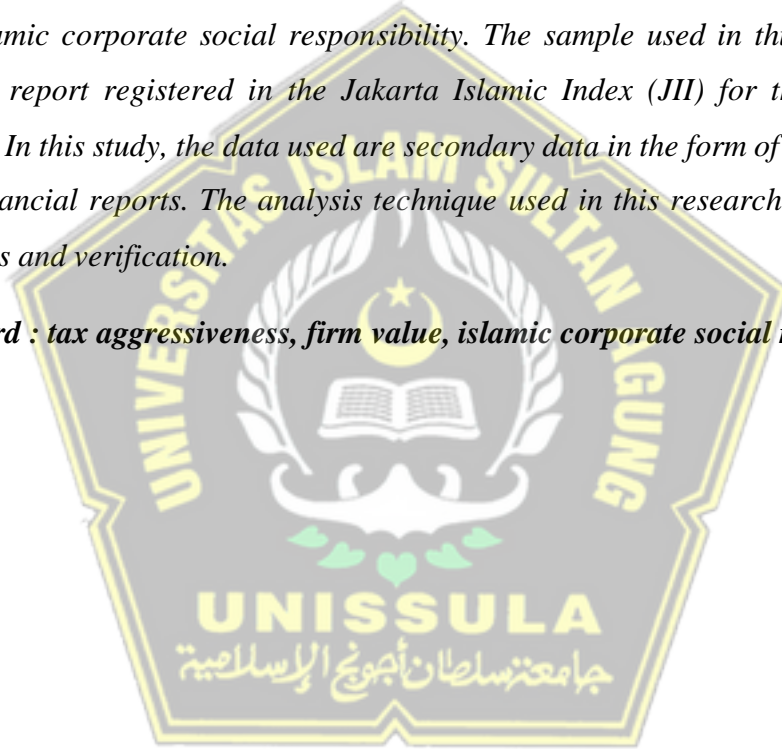
**Kata Kunci:** Agresivitas Pajak, Nilai Perusahaan, *Islamic Corporate Social Responsibility*



## ABSTRACT

*At this time, the role of social responsibility in the company is very important, it can encourage the company to get a good image by the community. That way, the survival of the company can run well. This study aims to prove empirical evidence regarding the effect of tax aggressiveness on firm value, and to determine whether Islamic Corporate Social Responsibility is able to mediate tax aggressiveness with firm value. The independent variable used in this study is tax aggressiveness, while the dependent variable is firm value. And the intervening variable in this study is the Islamic Corporate Social Responsibility. The sample used in this study is the annual report registered in the Jakarta Islamic Index (JII) for the 2017-2019 period. In this study, the data used are secondary data in the form of annual report and financial reports. The analysis technique used in this research is descriptive analysis and verification.*

**Keyword :** *tax aggressiveness, firm value, Islamic corporate social responsibility.*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian pra skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Islamic Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Intervening”**. Penulis menyadari bahwa penyusunan pra skripsi banyak mendapatkan bimbingan, dukungan, serta motivasi dari berbagai pihak yang sangat bermanfaat, sehingga pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Olivia Fachrunnisa, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.
2. Ibu Dr. Dra. Hj. Winarsih, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.
3. Bapak Dr. H. M. Ja'far Shodiq, S.E., S.Si., M.Si., Ak., CA., CSRA., ACPA., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya dengan sangat sabar untuk memberikan bimbingan, motivasi, kritik, pengarahan dan saran yang sangat berguna bagi penulis.
4. Seluruh dosen pengajar dan staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis.
5. Kedua orang tua yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa dan semangat dalam penyusunan pra skripsi ini.
6. Kakakku tersayang Mba Dewi dan Mas Yudha atas doa dan semangat yang diberikan.
7. Sahabat saya Monica, dan Ziya yang selalu memberikan semangat dan motivasi.
8. Semua teman-teman kelas E3 yang selalu memberikan dukungan dan bantuan.
9. Semua pihak yang telah membantu menyelesaikan pra skripsi ini, tidak bisa disebutkan satu persatu.



Penulis menyadari bahwa penulisan pra skripsi ini masih banyak kekurangan karena adanya keterbatasan dan hal lainnya. Namun penulis berharap semoga pra skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Semarang, 23 September 2022



Nindita Firdiana  
\_NIM. 31401700123

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
HALAMAN PERNYATAAN.....	i
ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	11
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 Legitimacy Theory.....	11
2.1.2 Theory Stakeholder.....	12
2.2 Variabel Penelitian.....	13
2.2.1 Agresivitas Pajak.....	13
2.2.2 Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) .....	18
2.2.3 Nilai Perusahaan.....	19
2.3 Penelitian Terdahulu.....	21
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	24
2.4.1 Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap Nilai Perusahaan.....	24
2.4.2 Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap ICSR.....	25
2.4.3 Pengaruh ICSR terhadap Nilai Perusahaan.....	26
2.4.4 Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Nilai Perusahaan dengan Islamic Corporate Socia Responsibility Sebagai Variabel Intervening	

.....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>30</b>
3.1 Definisi dan Pengukuran Variabel.....	30
3.1.1 Variabel Independen .....	30
3.1.2 Variabel Dependen.....	32
3.1.3 Variabel Intervening.....	33
3.2 Populasi dan Sampel.....	34
3.3 Sumber dan Jenis Data.....	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.5 Teknik Analisis .....	35
3.5.1 Analisis Deskriptif .....	36
3.5.2 Analisis Verifikatif.....	36
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	36
3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	38
3.5.5 Analisis Uji Hipotesis .....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>42</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	42
4.2 Uji Hipotesis .....	43
4.2.1 Analisi Regresi Linier Berganda.....	43
4.2.2 Uji F .....	44
4.2.3 Uji T.....	45
4.2.4 Koefisien Determinasi.....	46
4.3 Analisis Deskriptif .....	47
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	48
4.4.1 Uji Normalitas.....	48
4.4.2 Uji Multikolonieritas.....	49
4.4.3 Uji Autokorelasi.....	49
4.4.4 Uji Heteroskedastisitas.....	50
4.5 Uji Sobel (Sobel Test).....	51
4.6 Pembahasan .....	52
4.6.1 Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Nilai Perusahaan .....	52
4.6.2 Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap ICSR.....	53

4.6.3 Pengaruh ICSR Terhadap Nilai Perusahaan .....	53
4.6.4 Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Melalui ICSR .....	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	55
5.1 Kesimpulan .....	55
5.2 Saran .....	56
DAFTAR PUSTAKA .....	58
LAMPIRAN .....	62



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Fluktuasi closing price lima perusahaan tambang Yang terdaftar di BEI tahun 2015-2018.....	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 4. 1 Hasil Pengambilan Sampel .....	42
Tabel 4. 2 Uji Regresi Linier Berganda .....	43
Tabel 4. 3 Uji F .....	45
Tabel 4. 4 Uji T .....	45
Tabel 4. 5 Koefisien Determinasi.....	46
Tabel 4. 6 Statistik deskriptif .....	47
Tabel 4. 7 Uji Normalitas.....	48
Tabel 4. 8 Uji Multikolinearitas .....	49
Tabel 4. 9 Uji Autokorelasi.....	50
Tabel 4. 10 Uji Heterokedastisitas .....	50
Tabel 4. 11 Uji Sobel .....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian Teoritis.....	29
Gambar 4. 1 Pengaruh langsung dan tidak langsung.....	51



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Indeks Pengukuran Islamic Corporate Social Responsibility.....	62
Lampiran 2 Nama Perusahaan Yang Terdaftar di JII Tahun 2017-2020.....	64
Lampiran 3 Tabulasi Data.....	65
Lampiran 4 Contoh Perhitungan Pengukuran ETR Pada Perusahaan KLBF 2017 .....	67
Lampiran 5 Contoh Perhitungan Pengukuran CETR Pada Perusahaan KLBF 2017 .....	68
Lampiran 6 Contoh Perhitungan Pengukuran Tobin's Q Pada Perusahaan KLBF 2017.....	69
Lampiran 7 Contoh Cara Menentukan Nilai ICSR Pada Perusahaan KLBF 2017	71
Lampiran 8 Analisis Statistik Deskriptif.....	76
Lampiran 9 Analisis Regresi Linier Berganda.....	77
Lampiran 10 Uji F.....	78
Lampiran 11 Uji T.....	79
Lampiran 12 Koefisien Determinasi .....	80
Lampiran 13 Uji Normalitas .....	81
Lampiran 14 Uji Multikolonieritas .....	82
Lampiran 15 Uji Autokorelasi .....	83
Lampiran 16 Uji Heteroskedastisitas .....	84
Lampiran 17 Uji Sobel.....	85

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Nilai perusahaan sangat mempengaruhi keberlangsungan suatu perusahaan dimasa yang akan datang. Salah satu indikator untuk mengetahui kondisi perusahaan secara menyeluruh bagi investor yaitu nilai perusahaan (Husnan, 2013). Nilai perusahaan dapat diketahui dari harga saham suatu perusahaan. Para investor dapat mengambil keputusan dengan mengetahui suatu nilai perusahaan guna untuk mempertimbangkan dalam hal investasi, apakah kondisi perusahaan nantinya dapat menguntungkan atau tidak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan adalah suatu alat analisis bagi investor untuk pengambilan keputusan.

Banyak perusahaan yang berusaha untuk meningkatkan suatu nilai perusahaannya. Dengan tingginya harga pasar saham suatu perusahaan, maka akan meningkatkan nilai perusahaan, dan memberikan dampak dalam meningkatnya kemakmuran para pemegang saham (Bringham & Gapenski, 2006). Hal tersebut akan berdampak bagi para investor agar berminat untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut.

Salah satu cara untuk meningkatkan nilai perusahaan adalah dengan adanya tujuan dan kepentingan yang sama antara pemilik perusahaan (prinsipal) dengan manajer. Biasana prinsipal akan memberikan kewenangan kepada manajemen untuk meningkatkan nilai perusahaannya, manajemen dapat mengelolanya dengan baik hingga mencapai target yang diinginkan. Akan tetapi,terkadang tujuan utama perusahaan dengan manajer berbeda sehingga tujuan dan kepentingan pemilik perusahaan terabaikan. Hal itu dapat menimbulkan *agency conflict*, yaitu konflik



antara manajemen dengan prinsipal Ujiyantho & Bambang, (2007). Menurut Jensen & Meckling, (1976) menjelaskan adanya *agency conflict* dikarenakan perbedaan informasi yang diperoleh antara manajemen dengan pemegang saham. Kepentingan prinsipal akan diabaikan oleh manajemen karena manajemen akan mementingkan kepentingannya sendiri. Sehingga ketentuan yang diambil berdampak pada nilai positif maupun negatif.

**Tabel 1.1**  
**Fluktuasi closing price lima perusahaan tambang Yang terdaftar di BEI tahun 2015-2018**

NO	Perusahaan	Closing Price			
		2015	2016	2017	2018
1.	KKGI	420	1500	324	354
2.	ADRO	515	1695	1860	1215
3.	ITMG	5725	16875	20700	20250
4.	PKPK	50	50	67	105
5.	BYAN	7875	6000	10600	19875

Berdasarkan data pada Tabel 1 dapat disimpulkan bahwa harga penutupan saham perusahaan pertambangan mengalami fluktuasi yang sejalan dengan perkembangan perusahaan pada sektor ini. Hal ini menandakan bahwa ketidaksesuaian nilai perusahaan yang dapat mendorong manajemen untuk mengatur keuangan perusahaan dengan tepat dan efektif.

Faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya adalah *islamic corporate social responsibility*, dan agresivitas pajak. Faktor pertama yaitu agresivitas pajak, yang merujuk kepada pengurangan beban pajak yang seharusnya dibayarkan. Langkah untuk mengurangi ataupun menghapus beban pajak perusahaan merupakan tindakan agresivitas pajak (Suprimarini et al., 2017).

Dalam meningkatkan nilai perusahaan, perusahaan mempunyai strategi untuk

meningkatkan labanya, biasanya manajemen perusahaan berusaha untuk mengurangi beban pajak yang biasa disebut dengan agresivitas pajak. Akan tetapi, hal tersebut merupakan tindakan yang tidak sesuai dengan apa yang diinginkan stakeholder. Dan hal tersebut akan mengakibatkan manajemen melakukan kegiatan yang menguntungkan diri sendiri. Apa bila publik mengetahui perbuatan yang dilakukan pihak manajemen seperti dilakukannya agresivitas pajak, hal itu dapat mempengaruhi citra perusahaan, dan dapat berpengaruh pada turunnya nilai perusahaan.

Aktivitas yang dilakukan seperti agresivitas pajak ini akan berdampak pada turunnya pendapatan negara yang berasal dari pajak. Presiden Joko Widodo memiliki upaya menuju ekonomi Indonesia yang berdikari melalui salah satu programnya, yakni berkomitmen untuk membangun kapasitas fiskal negara melalui evaluasi kinerja kenaikan penerimaan pajak seiring dengan kenaikannya. Salah satu target Presiden Joko Widodo berkenaan dengan perpajakan adalah dengan tercapainya tax ratio sebesar 16% pada tahun 2019. Pada tahun 2015 menurut Sigit Pramudito selaku Direktur Jenderal Pajak, tax ratio Indonesia hanya mampu mencapai 11%, masih lebih rendah dari Filipina yang memiliki tax ratio 12%, Malaysia 16%, serta Singapura 22%. Tax ratio rendah mengindikasikan belum adanya pengoptimalan penerimaan pajak demi mempercepat proses pembangunan nasional.

Pajak memiliki unsur memaksa mengakibatkan banyak perusahaan sebagai wajib pajak berusaha untuk melakukan praktik perlawanan pajak. Agresivitas pajak merupakan salah satu indikator yang dapat digunakan untuk melihat usaha

penghindaran pajak oleh wajib pajak. Menurut (Frank et al., 2009) agresivitas pajak dapat dilakukan melalui mekanisme yang digolongkan *tax evasion* atau *tax avoidance*. Pada tahun 2020 salah satu perusahaan multinasional terbukti melakukan Tindakan penghindaran pajak, hal tersebut diumumkan oleh *Tax Justice Network* melaporkan akibat penghindaran pajak, Indonesia diperkirakan rugi hingga US\$ 4,86 miliar per tahun. Angka tersebut setara dengan Rp 68,7 triliun bila menggunakan kurs rupiah pada penutupan di pasar spot sebesar Rp 14.149 per dollar Amerika Serikat (AS).

Dalam laporan *Tax Justice Network* yang berjudul *The State of Tax Justice 2020: Tax Justice in the time of Covid-19* disebutkan dari angka tersebut, sebanyak US\$ 4,78 miliar setara Rp 67,6 triliun diantaranya merupakan buah dari penghindaran pajak korporasi di Indonesia. Sementara sisanya US\$ 78,83 juta atau sekitar Rp 1,1 triliun berasal dari wajib pajak orang-orang pribadi.

Suryo mengatakan, untuk meminimalisasi *tax avoidance*, pihaknya melakukan pengawasan terhadap transaksi yang melibatkan transaksi istimewa. Kata Suryo, biasanya *tax avoidance* muncul karena transaksi-transaksi yang terjadi antara pihak yang mempunyai hubungan istimewa baik di dalam negeri maupun luar negeri. Kasus agresivitas pajak tersebut dapat memengaruhi nilai dari suatu perusahaan. Apabila terdapat berita di publik mengenai adanya kasus agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan maka hal tersebut cepat atau lambat akan memengaruhi nilai perusahaan terutama harga saham perusahaan di pasar.

Pada penelitian sebelumnya menunjukkan hal yang berbeda, menurut Nirmala & Devi, (2018) menyebutkan bahwa agresivitas pajak berpengaruh negatif terhadap

nilai perusahaan. Sedangkan menurut Sidanti & Cornaylis, (2018) mengatakan bahwa agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Islamic Corporate Social Responsibility*. *Islamic Corporate Social Responsibility* merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang bersumber pada nilai-nilai Islam Al-Qur'an dan Assunah. Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan bentuk pendekatan yang terintegrasi bagi organisasi untuk mengatasi masalah ekonomi, sosial, dan isu lingkungan dengan cara menguntungkan individu maupun masyarakat. Selama dekade terakhir, banyak negara yang berkonsep dengan melakukan pengembangan ini untuk masalah kemiskinan, pengangguran, populasi dan masalah sosial dan lingkungan lainnya. Isnaini, (2017) mengatakan bahwa dengan adanya *Islamic Corporate Social Responsibility* yang dilakukan dalam sebuah perusahaan, hal itu dapat berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Oktaviana, (2014) menjelaskan bahwa agresivitas pajak berpengaruh negatif terhadap *Islamic Corporate Social Responsibility*. Dengan adanya pernyataan tersebut, penulis menggunakan *Islamic Corporate Social Responsibility* sebagai *variable intervening* karena penulis ingin mengetahui apakah agresivitas pajak dapat mempengaruhi nilai perusahaan melalui *Islamic Corporate Social Responsibility*.

Menurut Ali Syukron, (2015) *Corporate Social Responsibility* dalam perspektif Islam merupakan konsekuensi inherent dari ajaran Islam itu sendiri. Tujuan dari syariah (*Maqahsid Al Syariah*) adalah masalah, sehingga bisnis adalah upaya untuk menciptakan masalah, bukan sekedar untuk mencari keuntungan. Bisnis dalam Islam memiliki posisi yang sangat mulia sekaligus strategis karena bukan

hanya sekedar diperbolehkan dalam islam melainkan diperintahkan oleh Allah dalam Al-Qur'an.

*Islamic corporate social responsibility* menyempurnakan dasar pemikiran tentang gagasan *corporate social responsibility* apabila dilihat dari segi keislaman Sidik & Reskino, (2016). Konsep yang ada dalam *islamic corporate social responsibility* yang berperspektif ekonomi islam, etika islam, legal islam, dan kedermawanan dalam islam. Hal tersebut didasarkan pada kaidah-kaidah islam yang ada di dalam Al-qur'an dan hadist. Oleh sebab itu, diperlukan juga prinsip dasar untuk mewujudkannya. Menurut Mohammed, (2007) menyebutkan empat prinsip dasar *islamic corporate social responsibility* yaitu : aliansi, kesamarataan, keleluasaan, dan komitmen.

Perusahaan di Indonesia saat ini sudah banyak yang menggunakan ICSR sebagai upaya untuk meningkatkan suatu mutu perusahaan. ICSR sangat penting bagi perusahaan guna keberlangsungan suatu perusahaan dimasa yang akan datang. Oleh sebab itu, banyak sekali perusahaan yang berlomba-lomba untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan menggunakan ICSR sebagai pedoman.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nirmala & Devi, (2018) menunjukkan hasil bahwa agresivitas pajak berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut berbanding terbalik dengan hasil riset yang dilakukan oleh Sidanti & Cornaylis, (2018) mereka menjelaskan bahwa agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian terdapat gap research dari penelitian sebelumnya. Nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh factor lain seperti *Islamic Corporate Social Responsibility*. Penelitian yang dilakukan oleh Utami et

al., (2020) dan Asandimitra, (2017) memperoleh hasil bahwa nilai perusahaan tidak berpengaruh terhadap *Islamic Corporate Social Responsibility*. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Saputra, (2010) nilai perusahaan berpengaruh positif terhadap *Islamic Corporate Social Responsibility*.

Berdasarkan hasil penelitian yang masih menunjukkan perbedaan, maka dari itu topik tersebut menarik untuk diteliti kembali. Penelitian ini merupakan hasil replikasi dan pengembangan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya Purbopangestu & Subowo, (2014), Isnaini, (2017), Auliya, (2018), Utami et al., (2020), Nirmala & Devi, (2018), Sidanti & Cornaylis, (2018), (Bagus et al., 2017) . Dengan demikian penelitian memodifikasi dari model penelitian yang dilakukan oleh (Purbopangestu & Subowo, 2014) yang menguji Good Corporate Governance terhadap nilai perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai variabel intervening.

Terdapat perbedaan pada penelitian kali ini, yaitu menggunakan agresivitas pajak sebagai variabel independent, digunakannya agresivitas pajak sebagai variable independent dalam penelitian kali ini dikarenakan pajak merupakan salah satu factor pertimbangan dalam hal pengambilan keputusan perusahaan, selain itu pajak juga sangat berpengaruh dalam jalannya sebuah pemerintahan. Dengan demikian, dalam penelitian kali ini penulis menggunakan nilai perusahaan sebagai variabel dependen, dengan menambahkan *islamic corporate social responsibility* sebagai variabel intervening. *Islamic corporate social responsibility* digunakan sebagai variable intervening karena diduga dapat mempengaruhi hubungan agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan. Lanis & Richardson, (2013)

menyebutkan bahwa semakin banyak melakukan Tindakan agresivitas pajak, maka semakin banyak *corporate social responsibility* yang diungkapkan. Selain itu adanya perbedaan data, dari penelitian sebelumnya data yang digunakan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2010-2012. Sementara itu, pada penelitian ini menggunakan data yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) periode 2017-2020.

Berdasarkan uraian diatas, saya ingin melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Islamic Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Intervening”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Permasalahan yang banyak dialami saat ini salah satunya adalah tentang lingkungan sosial perusahaan. Terkadang sebuah perusahaan akan melakukan cara apapun untuk meningkatkan nilai perusahaannya dengan cara yang tidak etis, salah satunya dengan melakukan pengurangan beban pajak. Pengurangan beban pajak dilakukan oleh manager demi untuk meningkatkan nilai perusahaan, karena nilai perusahaan yang tinggi dapat mencerminkan harga saham, hal itu dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham Ilmiani & Sutrisno, (2014). Akan tetapi untuk memperoleh keberhasilan dalam suatu perusahaan bukan hanya dipengaruhi oleh faktor internal, akan tetapi dapat juga dipengaruhi oleh lingkungan serta masyarakat di sekitar perusahaan (Rahman, 2009). Untuk mewujudkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap masyarakat dalam perspektif islam, perusahaan melakukan tanggung jawab social yang biasa disebut *Islamic Corporate Social Responsibility*. *Islamic Corporate Social Responsibility* diduga dipengaruhi

oleh agresivitas pajak Oktaviana, 92014), Handayani et al., 92018), Wardhani & Muid, 92017), nilai perusahaan (Sidanti & Cornaylis, 2018), (Nirmala & Devi, 2018), Martani & Chasbiandani, (2011), Lestari, (2014), Dewi & Dewi, (2017), (Hanlon & Slemrod, 2009), Wahab et al., (2011), (Kusumayani & Suardana, 2017).

Pada penelitian sebelumnya terdapat perbedaan pendapat mengenai hubungan antara agresivitas pajak dengan nilai perusahaan sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut untuk membuktikan hasil dari penelitian tersebut. Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat diidentifikasi beberapa rumusan masalahnya, antara lain:

1. Apakah agresivitas pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah agresivitas pajak berpengaruh terhadap *Islamic Corporate Social Responsibility*?
3. Apakah *Islamic Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah *Islamic Corporate Social Responsibility* dapat memediasi agresivitas pajak dengan nilai perusahaan.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat disimpulkan tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis dan menguji empiris tentang pengaruh agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan.
2. Menganalisis dan menguji empiris tentang *Islamic Corporate Social Responsibility* memediasi Agresivitas Pajak dengan Nilai Perusahaan.



#### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini baik teoritis ataupun praktis diharapkan mampu memberikan manfaat untuk beberapa pihak, diantaranya:

a. Aspek Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan referensi yang baik dalam bidang ilmu ekonomi islam, akuntansi syariah, *islamic corporate social responsibility*, agresivitas pajak, dan nilai perusahaan.

b. Aspek Praktis

- Bagi Akademis

Penulis mengharapkan agar nantinya penelitian ini dapat memberikan manfaat dan juga rujukan untuk penelitian selanjutnya, dan juga mendalami penjelasan tentang faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Khususnya tentang agresivitas pajak dan *islamic corporate social responsibility*.

- Bagi Perusahaan

Diharapkan agar penelitian ini dapat memberikan anjuran pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) guna peningkatan kinerja perusahaan dalam manajemen keuangan dan juga pengembangan mutu perusahaan.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Legitimacy Theory**

Teori legitimasi (Legitimacy Theory) berfokus pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Teori ini menyatakan bahwa organisasi adalah bagian dari masyarakat sehingga harus memperhatikan norma-norma sosial kemasyarakatan karena kesesuaian dengan norma sosial dapat membuat perusahaan semakin legitimate (sah). (Ghozali & Chariri, 2007) menyatakan bahwa hal yang mendasari teori legitimasi adalah kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Dengan demikian, legitimasi memiliki manfaat untuk mendukung keberlangsungan hidup suatu perusahaan.

(Grey et al., 1997) berpendapat bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (society), pemerintah, individu dan kelompok masyarakat. Dasar pemikiran teori ini adalah organisasi atau perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri.

(Deegan & Tobin, 2002) menyatakan bahwa legitimasi perusahaan akan diperoleh, jika terdapat kesamaan antara hasil dengan yang diharapkan oleh masyarakat dari perusahaan, sehingga tidak ada tuntutan dari masyarakat. Perusahaan dapat melakukan pengorbanan social sebagai refleksi dari perhatian

perusahaan terhadap masyarakat. Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan menggunakan laporan tahunan mereka untuk menggambarkan kesan tanggung jawab sosial, sehingga mereka diterima oleh masyarakat.

Lanis & Richardson, (2013) menjelaskan teori legitimasi yang mendukung pernyataan bahwa dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya, perusahaan menyediakan informasi tentang CSR sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR akan mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap suatu perusahaan dan meningkatkan reputasi perusahaan. Secara spesifik, kelangsungan hidup suatu perusahaan akan terancam jika masyarakat mempersepsikan bahwa perusahaan melanggar kontrak sosial atau aktivitas CSR yang dilakukan tidak sesuai harapan masyarakat. Lanis & Richardson, (2013) menemukan bahwa agresivitas pajak yang dilakukan berpengaruh positif terhadap CSR yang diungkapkan perusahaan. Hal ini menyatakan bahwa semakin agresif perusahaan dalam hal pajaknya, semakin banyak CSR yang diungkapkan agar tetap mendapat kepercayaan dari masyarakat, sehingga temuan ini sejalan dengan teori legitimasi.

### **2.1.2 Theory Stakeholder**

Teori stakeholder menerangkan bahwa kelangsungan perusahaan bergantung pada stakeholder. Oleh karena itu, pengungkapan sosial dinilai sebagai sarana komunikasi antara stakeholder dan manajemen Indrawati, (2019). Teori stakeholder dapat diasumsikan sebagai dasar praktik *corporate social responsibility* karena mempunyai peran yang sangat penting untuk kelangsungan hidup perusahaan dan

dapat mengendalikan perusahaan untuk memakai sumber daya yang efisien dan efektif. Dengan demikian, diharapkan CSR dapat memberikan informasi yang diinginkan bisa terwujud dan dukungan dari stakeholder yang mempunyai dampak bagi kelangsungan hidup perusahaan Putri, (2018).

Harapan perusahaan dalam aktivitasnya yaitu mencari bantuan dari stakeholder Ghozali & Chariri, (2007). Akibat dari dampak yang ditimbulkan stakeholder dalam suatu perusahaan, maka perusahaan akan berupaya agar dapat beradaptasi dengan baik. Pengungkapan tanggungjawab sosial yaitu sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan stakeholder. Pengungkapan sosial menurut perusahaan yang berlandaskan agama islam mempunyai maksud untuk menciptakan keseimbangan, pencabutan eksploitasi, dan patuh terhadap halal dan haramnya segala aktivitas yang dilakukan Arifin & Wardani, (2016). Pengungkapan sosial yang berlandaskan konsep islami (ICSR) diharapkan mampu berkontribusi bagi manajemen dalam hal peningkatan nilai perusahaan.

## **2.2 Variabel Penelitian**

### **2.2.1 Agresivitas Pajak**

Penyusunan pajak secara agresif biasa disebut dengan agresivitas pajak (Lietz, 2013). Penyusunan pajak dapat dinilai agresif apabila tidak secara frontal melampaui aturan aturan yang ada dalam pajak dan nantinya akan menimbulkan pengaruh yang negatif dalam kelangsungan hidup perusahaan. Agresivitas pajak merupakan suatu aktivitas penyusunan pajak yang diperbuat oleh perusahaan dan bertujuan untuk memotong kewajiban pajak yang seharusnya dibayar hal itu dapat mengakibatkan kurangnya biaya pajak efisien (Hlaning, 2012).

Agresivitas pajak juga bisa diartikan sebagai pengurangan pajak perusahaan karena dampak dari tingkat penyusunan pajak yang agresif. *Effective Tax Rates* (ETR) adalah salah satu indikator agresivitas pajak. Apabila ETR rendah, maka agresivitas pajaknya akan tinggi. Para peneliti akademik seperti (Erickson et al., 1998), (Phillips, 2001), dan juga (Rego, 2003) menjelaskan bahwa ETR adalah parameter agresivitas pajak yang tepat sebab rendahnya ETR artinya keinginan perusahaan semakin besar dalam penghematan pajak, hal tersebut searah dengan pengertian agresivitas pajak sebagai tingkat pengurangan pajak yang dilakukan oleh perusahaan. Pada tahun 2006 Australian Taxation Office melakukan penelitian yang menyatakan bahwa rendahnya ETR merupakan tanda adanya agresivitas pajak di beberapa perusahaan Australia. Dalam hal ini, ETR juga digunakan peneliti dalam mengukur seberapa besar agresivitas pajak.

ETR mencerminkan seberapa besar jumlah kewajiban pajak penghasilan yang harus dibayarkan oleh perusahaan dari semua jumlah penerimaan sebelum pajak. ETR juga merupakan suatu alat yang banyak digunakan oleh peneliti terdahulu dan berfungsi untuk melihat ada tidaknya agresivitas pajak yang dapat diketahui dari presentase ETR yang rendah (Roman & Grant, 2013). Rendahnya ETR membuktikan bahwa kewajiban pajak pendapatan akan lebih rendah dari pendapatan sebelum pajak.

#### **2.2.1.1 Aturan Pajak Badan di Indonesia**

Aturan pajak badan penghasilan di Indonesia tahun 2022 diatur melalui Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP). Berdasarkan perubahan Pasal 17 ayat (1) huruf b UU HPP, tarif pajak penghasilan badan untuk tahun 2022 adalah sebesar 22%. Berbeda dari tahun sebelumnya, pada tahun 2020

dan 2021 berdasarkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2020, pemerintah menurunkan tarif umum PPh Badan dari 22% menjadi 20%. Hal tersebut dilakukan pemerintah guna menghadapi risiko pandemi *Corona Virus Disease 2019* (COVID-19), antara lain berupa peningkatan belanja untuk mitigasi risiko kesehatan, melindungi masyarakat dan menjaga aktivitas usaha.

Seiring berjalannya waktu, dengan kondisi perekonomian Indonesia yang semakin membaik maka pemerintah mengambil langkah untuk ditetapkannya kembali tarif PPh Badan pada tingkat 22%, hal itu ditujukan untuk mengoptimalkan penerimaan negara dengan mempertimbangkan asas keadilan yang telah disalurkan pada beberapa kebijakan Pajak Penghasilan lainnya.

Sedangkan untuk tarif wajib pajak badan *go public* berdasarkan UU HPP juga berubah. Sebelumnya diatur bahwa Wajib Pajak *go public* yang menjual sahamnya sebanyak minimal 40% di BEI dan memenuhi persyaratan tertentu dapat memperoleh tarif pajak penghasilan badan lebih rendah 5% dibandingkan Wajib Pajak Badan lain yang tidak memenuhi persyaratan tersebut. Pada UU HPP tahun 2022 besarnya pengurangan tarif bagi Wajib Pajak *go public* yang memenuhi persyaratan 40% penjualan saham di BEI dan persyaratan lain sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah ditetapkan menjadi lebih rendah 3%. Syarat penurunan tarif PPh badan lebih rendah 3% adalah sebagai berikut:

1. Saham diakuisisi setidaknya 300 pihak
2. Setiap pihak didalam Perseroan Terbuka (PT) hanya diizinkan menguasai saham dibawah 5% dari keseluruhan saham yang diperdagangkan dan disetor penuh.
3. Pihak yang dimaksud tidak termasuk wajib pajak perseroan terbuka yang membeli kembali sahamnya dan/atau yang memiliki hubungan istimewa sebagaimana diatur dalam UU PPh dengan wajib pajak perseroan terbuka

meliputi pemegang saham pengendali dan/atau pemegang saham utama, sebagaimana diatur dalam ketentuan perundang – undangan di pasar modal.

4. Saham yang diperdagangkan dan disetor pada BEI wajib dipenuhi dalam kurun waktu paling sedikit 183 hari kalender selama jangka waktu 1 tahun pajak.
5. Membuat laporan kepada Direktorat Jenderal Pajak.

### **2.2.1.2 Fenomena Agresivitas Pajak**

Fenomena agresivitas pajak menjadi salah satu issue yang banyak menyita perhatian publik. Baru – baru ini terdapat kasus pelanggaran yang dilakukan oleh PT. Putra Jaya Mandiri Abadi yang bergerak di bidang pembangunan jaringan listrik dan telekomunikasi, layanan telepon internet, dan perdagangan eceran peralatan audio dan video. Dalam unggahan TRIBUNJOGJA.COM kepala kejtati DIY dan ditjen pajak menggelar konferensi pers pidana pajak, Kamis (22/9/2022). Dalam konferensi pers tersebut Plt Kepala Kanwil DJP DIY, Slamet Sutantyo, mengatakan dua tersangka yakni HP dan PT. PJM membuat SPT palsu masa pajak Januari - September 2016 yang menimbulkan kerugian negara sebesar Rp50,52 miliar. Kemudian tersangka PT PJM masa pajak Oktober 2016 sampai Desember 2017 dengan kerugian negara sebesar Rp46,78 miliar. Sehingga jika ditotal dari dua tersangka, kerugian negara mencapai Rp97,3 miliar atau mendekati Rp100 miliar.

Hal serupa juga terjadi pada akhir tahun 2021, dalam unggahan detikNEWS Senin (1/11/2021) Terdapat tiga orang tersangka terdiri dari dua orang yakni YSM, AIW dan satu korporasi PT. GF. Mereka diduga tidak melakukan pembayaran pajak selama satu tahun di tahun 2018. Riyono menjelaskan modus yang dilakukan oleh

para tersangka tersebut yaitu tidak melaporkan surat pemberitahuan (SPT) pajak pertambahan nilai (PPH) dan pemungutan pajak pertambahan nilai (PPN) di tahun 2018. Hal tersebut membuat negara mengalami kerugian sebesar Rp 2.639.670.983.

Selanjutnya pada tahun 2021 terdapat kasus lain yang melibatkan pegawai pajak dengan beberapa perusahaan besar, seperti yang dikutip dari Indonesia Corruption Watch senin, (8//3/2021) pejabat direktorat jenderal pajak Angin Prayitno Aji. Angin diduga menerima suap agar dapat merekayasa surat ketetapan pajak (SKP) dari tiga perusahaan besar, yaitu PT Jhonlin Baratama, PT Bank Pan Indonesia Tbk atau Panin Bank, dan PT Gunung Madu Plantations. Angin dan Dadan ditetapkan sebagai tersangka bersama empat konsultan pajak selaku pemberi suap. Nilai suap ditengarai mencapai Rp 50 miliar.

Kasus tersebut cukup mengkhawatirkan karena menunjukkan adanya kerja sama antara aparat perpajakan dan wajib pajak. ICW menyebutkan jika praktik lancung sudah menjadi rahasia umum, tetapi proses hukum tidak serius untuk menuntaskan sampai ke akarnya. Indonesia Corruption Watch (ICW) juga mencatat sepanjang 2005 - 2019 sedikitnya terdapat 13 kasus korupsi perpajakan yang menunjukkan kerja sama antara pihak pemerintah dan swasta. Dari seluruh kasus tersebut, terdapat 24 orang pegawai pajak yang terlibat. Modus umum dalam praktik korupsi pajak adalah suap menyuap. Total nilai suap dari keseluruhan kasus tersebut mencapai Rp 160 milyar. Ini tentu belum dihitung nilai kerugian negara akibat berkurangnya pembayaran pajak oleh wajib pajak korporasi.

Skandal perpajakan perlu dijadikan perhatian serius, karena pajak telah dijadikan mainan oleh banyak pihak. Dalam unggahan ICW menyatakan apabila



telah terjadi suap berulang kali kepada pejabat pajak, maka sistem pengawasan internal yang berjalan saat ini gagal mencegah penyelewengan. Maka pada tataran tata kelola di Kementerian Keuangan, Menteri Keuangan Sri Mulyani perlu *review* kembali dan membenahi sistem pengawasan internal di DJP Kementerian Keuangan agar wilayah rawan suap di lingkungan DJP dapat dipetakan dan dibenahi.

### 2.2.2 Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)

CSR merupakan alat komunikasi akibat dari timbulnya kepentingan perusahaan terhadap masyarakat secara menyeluruh. (Guthrie, 1985) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial mencerminkan suatu petunjuk berbentuk keuangan ataupun non keuangan yang mempunyai ikatan dengan lingkungan maupun sosial perusahaan. Dalam islam, semua tahapan dalam kehidupan manusia seperti bidang usaha, spiritual, serta keseimbangan telah diatur dalam islam (Rice, 1999). Menurut (Albaity & Ahmad, 2008) syariah merupakan nilai etika dan metode untuk merancang kehidupan dalam bersosial, dan menjalani kehidupan serta perspektif lain.

Didalam islam, tanggung jawab sosial dibagi menjadi tiga golongan yaitu: (1) ikatan tanggungjawab kepada sang pencipta yaitu Allah, manusia, serta lingkungan hidup. Agar dapat terwujudnya *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) terdapat enam tolok ukur CSR dalam islam yang telah disetujui oleh *Islamic Banking Institutions* (IBI) yaitu: (1) ketaatan syariah, (2) keslarasan, (3) konsekuen dalam hal pekerjaan, (4) agunan ketenteraman, (5) agunan lingkungan keberlanjutan, (6) sumbangan dalam hal kebaikan (Yusuf & Zakaria, 2015). Untuk

menentukan kekuatan dalam melaksanakan pengungkapan ICSR, lembaga islam diminta agar lebih ketat dalam pemilihan anggota (Baydoun & Willet, 1997). Di Indonesia, diharapkan seluruh Bank Syariah mempunyai rasa tanggung jawab yang besar untuk melaporkan aktivitas sosial dan tercermin dalam laporan tahunan (Zubairu, 2011).

*Islamic Corporate Social Responsibility* adalah solusi untuk memecahkan persoalan ekonomi, sosial, ataupun lingkungan dan diharapkan bisa memberikan keuntungan untuk masyarakat. Aktivitas ekonomi dan kewajiban sosial menjadi target yang diinginkan serta menjadi suatu ciri dalam etika (Haniffa & Hudaib, 2007). Penerapan tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan perusahaan yang berbentuk laporan tahunan semestinya diseminasikan terhadap masyarakat sebagai wujud dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Tujuan laporan keuangan adalah untuk memaparkan aktivitas perusahaan yang bisa dihitung dan dapat berakibat bagi perusahaan ataupun lingkungan sosial (Belkaoui, 2007). Dalam UU no.40 tahun 2007 pasal 74 menjelaskan bahwa PT diwajibkan melakukan kewajiban sosial dan lingkungan. Perusahaan di Indonesia wajib melakukan program CSR untuk mewujudkan tanggung jawab perseroan. (Arshad et al., 2012) melakukan penelitian dan memperoleh hasil bahwa ICSR bisa memajukan peningkatan nama baik perusahaan dan kinerja keuangan. Tetapi yang diinginkan stakeholder bukan hanya menginginkan keuntungan, akan tetapi dapat mewujudkan sebagai khalifah dalam semesta.

### **2.2.3 Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan yaitu suatu harga yang dapat dibeli bagi seseorang yang akan

membelinya jika perusahaan dijual (Husnan & Pudjiastuti, 2012). Tingginya nilai perusahaan akan berdampak positif bagi kelangsungan hidup perusahaan. (Fahmi, 2015) berpendapat bahwa nilai perusahaan merupakan perbandingan suatu harga pasar yang mencerminkan keadaan yang berjalan di pasar, pasar tersebut dapat memberi masukan untuk manajemen perusahaan agar dapat mengetahui keadaan bagaimana nantinya sistem yang dapat dilakukan dan bagaimana efek jangka panjang dalam perusahaannya. Nilai perusahaan merupakan target untuk memaksimalkan kesejahteraan para pemangku pemegang saham yang bisa dilalui dengan cara memaksimalkan harga pada saat ini maupun present value, dengan begitu maka profit yang diperoleh para pemegang saham dapat bertambah jika harga sahamnya naik (Sartono, 2012)

Untuk meningkatkan nilai perusahaan, para manajer dituntut agar dapat menentukan langkah dalam pengambilan keputusan didalam keuangan perusahaan dengan memperhitungkan apa saja penyebab yang dapat memberikan pengaruh bagi target perusahaan yang diinginkan. Ada beberapa penyebab yang berdampak pada nilai perusahaan, yaitu: (1) ketetapan dalam penanaman modal, (2) ketetapan dalam pendanaan, (3) ketetapan dalam melakukan deviden.

Nilai perusahaan bisa diketahui dengan memakai harga saham, yaitu dengan memakai rasio penilaian. Rasio penilaian merupakan rasio yang berkaitan dengan perhitungan kapasitas saham perusahaan yang sudah dipasarkan di pasar modal (Sudana, 2001). Rasio penilaian dapat menggambarkan seberapa besarnya publik dalam menilai perusahaan, dengan begitu, para masyarakat diharapkan agar ingin membeli saham dengan harga yang tinggi dari nilai bukunya.

### 2.3 Penelitian Terdahulu

Nilai perusahaan sering menjadi tema yang akan terus mengalami perkembangan dengan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan tersebut. Berikut ini merupakan hasil dari penelitian tentang agresivitas pajak, ICSR, dan nilai perusahaan.



**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Peneliti, tahun, judul	Variabel, sampel, dan alat analisis	Hasil
1.	Hary Wisnu Purbopangestu, Subowo, 2014 Pengaruh GCG terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR Sebagai Variabel Intervening.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- GCG, Nilai Perusahaan, CSR.</li> <li>- Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010 – 2012.</li> <li>- Regresi linier berganda, statistik deskriptif.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- GCG berpengaruh positif terhadap CSR.</li> <li>- GCG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</li> <li>- CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</li> <li>- CGC berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui CSR.</li> </ul>
2.	Nurizza Arsyi Isnaini, Kurnia, 2017 Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan: CSR Sebagai Variabel Intervening	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Karakteristik Perusahaan, Nilai perusahaan, SCR.</li> <li>- Perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2013 – 2015.</li> <li>- Analisis data deskriptif, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Karakteristik perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</li> <li>- Karakteristik perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR.</li> <li>- CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</li> <li>- CSR dapat memediasi hubungan antara karakteristik perusahaan dengan nilai perusahaan.</li> </ul>
3.	M. Rifqi Auliya, 2018 Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR Sebagai Variabel Intervening.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kinerja lingkungan, nilai perusahaan, CSR.</li> <li>- Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015 – 2017.</li> <li>- Analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi, uji hipotesis.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap CSR.</li> <li>- CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</li> <li>- Kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</li> <li>- Kinerja lingkungan</li> </ul>

			perpengaruh positif terhadap nilai perusahaan melalui CSR.
4.	Reistiawati Utami, Meina Wulansari Yusniar, 2020 Pengungkapan ICSR dan GCG Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ICSR, GCG, nilai perusahaan.</li> <li>- Perusahaan yang terdaftar di JII tahun 2016 – 2017.</li> <li>- Uji regresi berganda.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ICSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan</li> <li>- ICSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.</li> <li>- GCG berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan.</li> <li>- GCG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</li> <li>- ICSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan.</li> </ul>
5.	Putu Nirmala Chandra Devi, Ni Luh Supadmi, 2018 Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Pemoderasi.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Agresivitas pajak, nilai perusahaan, ukuran perusahaan.</li> <li>- Perusahaan properti yang terdaftar di BEI tahun 2012-2016.</li> <li>- Uji moderated regression analysis.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Agresivitas pajak berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.</li> <li>- Ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan.</li> </ul>
6.	Heny Sidanti, Vivi Cornaylis, 2018 Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Sektor Pertanian Subsektor Perkebunan di BEI).	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Agresivitas Pajak, Nilai Perusahaan, Profitabilitas.</li> <li>- Perusahaan sektor pertanian subsektor perkebunan yang terdaftar di JII periode 2012-2016.</li> <li>- Analisis regresi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Agresivitas pajak tidak mempengaruhi nilai perusahaan.</li> <li>- Profitabilitas tidak dapat memoderasi agresivitas pajak dengan nilai perusahaan.</li> </ul>

7.	Ida Bagus Gede Putra Pradnyana, Naniek Noviari, 2017 Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan dengan Transparansi Perusahaan sebagai Variabel Moderasi.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perencanaan pajak, nilai perusahaan, transparansi perusahaan.</li> <li>- Perusahaan sektor industri barang konsumsi yang listing di BEI tahun 2013-2015.</li> <li>- Uji asumsi klasik, moderated regression analysis.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perencanaan pajak berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan.</li> <li>- Transparansi perusahaan mampu memoderasi hubungan perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan.</li> </ul>
----	--	---	---

## 2.4 Pengembangan Hipotesis

### 2.4.1 Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap Nilai Perusahaan

Tindakan agresivitas pajak dianggap mengandung hal-hal yang bersifat menguntungkan pribadi manajemen maupun citra perusahaan yang akan terpengaruh jika agresivitas pajak ini mengandung niatan negatif yang diketahui oleh publik sehingga akan berdampak langsung pada penurunan harga saham perusahaan yang mana cerminan dari nilai perusahaan tersebut. Oleh karena itu, dugaan peneliti adalah semakin agresif tindakan agresivitas pajak yang dilakukan oleh manajemen yang ditandai dengan rendahnya nilai ETR, maka nilai perusahaan akan semakin menurun. Seperti yang nyatakan oleh Wang, (2010) agresivitas pajak memberikan efek yang negatif seperti turunnya nilai perusahaan.

Agresivitas pajak mempunyai dampak negatif bagi perusahaan karena hal itu dapat memberikan manfaat pribadi manajemen ataupun dampak bagi nama baik perusahaan. apabila publik mengetahui tindakan agresivitas pajak, maka hal itu dapat berpengaruh terhadap turunnya harga saham dimana hal itu tergambar dalam nilai perusahaan. Oleh sebab itu, peneliti memberikan simpulan bahwa

tingginya agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan dapat mengakibatkan penurunan nilai perusahaan.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nirmala & Devi, (2018) menyatakan bahwa agresivitas pajak berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, rumusan hipotesis yang pertama adalah

**H1: Agresivitas pajak berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.**

#### **2.4.2 Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap ICSR**

Tindakan meminimalkan beban pajak atau agresivitas pajak di kalangan perusahaan- perusahaan besar sering terjadi, terutama di Indonesia. Perusahaan merasa terbebani dengan banyaknya beban yang ditanggung, misalnya kasus yang saat ini terjadi adalah perusahaan berusaha untuk menekan beban CSR perusahaan dengan meminimalkan beban pajaknya. Tindakan tersebut pada dasarnya tidak sesuai dengan harapan masyarakat dan memiliki dampak negatif terhadap masyarakat karena mempengaruhi kemampuan pemerintah dalam menyediakan barang publik (Roman & Grant, 2013).

Agresivitas pajak memberikan *image negative* bagi masyarakat, oleh sebab itu banyak perusahaan yang mengungkapkan informasi tambahan terkait dengan kegiatan ICSR di berbagai bidang dalam rangka meringankan perhatian publik serta mencari simpati dari masyarakat. Semakin tinggi tindakan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan, diharapkan perusahaan dapat memaksimalkan pengungkapan ICSR. Perusahaan memiliki kontrak sosial dengan masyarakat dimana ia beroperasi. Dalam teori legitimasi dijelaskan bahwa kelangsungan hidup perusahaan dapat terancam apabila perusahaan melanggar kontrak sosial dengan



masyarakat. *Islamic Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu bentuk perusahaan melepaskan tanggung jawab sosialnya dan menunjukkan bahwa perusahaan dapat memenuhi harapan masyarakat Utami et al., (2020)(Craig et al., 2002). Hal tersebut bertujuan agar perusahaan mendapatkan kesan yang baik sehingga mendapatkan legitimasi positif dari masyarakat. Hal tersebut bertujuan agar perusahaan mendapatkan kesan yang baik sehingga mendapatkan legitimasi positif dari masyarakat.

Hasil dari penelitian sebelumnya yang dilakukan Handayani et al., (2018) dan Wardhani & Muid, (2017) mengatakan bahwa agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap Islamic Corporate Social Responsibility. Dengan demikian penulis menyimpulkan hipotesis kedua yaitu:

## **H2: Agresivitas Pajak Berpengaruh positif Terhadap ICSR**

### **2.4.3 Pengaruh ICSR terhadap Nilai Perusahaan**

ICSR dilakukan demi kepentingan perusahaan dimasa yang akan datang, hal ini karena ICSR dapat mengurangi risiko sosial dalam perusahaan. Dengan diberlakukannya ICSR dalam sebuah perusahaan diharapkan dapat memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan keuangan perusahaan untuk jangka panjang. Pengungkapan tanggung jawab sosial juga dapat memberikan dampak yang positif bagi perusahaan, seperti pada meningkatnya nama baik perusahaan dan penjualan akan mengalami kenaikan. Tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan diharapkan mampu mendapatkan respon yang baik bagi pelaku pasar Sayekti & Ludovicus, (2007). Hal tersebut dapat memicu tingginya harga saham dan dapat menarik para investor untuk membeli saham. Dengan begitu, perusahaan dapat

berkembang dan membuat kondisi pasar yang tepat, sehingga kinerja pasar perusahaan dapat meningkat, yang selanjutnya dapat meningkatkan nilai perusahaan yang berkelanjutan Saputra, (2010). Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Asandimitra, 2017) menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, peneliti saat ini dapat membuat hipotesis ketiga sebagai berikut:

**H3: ICSR dapat berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.**

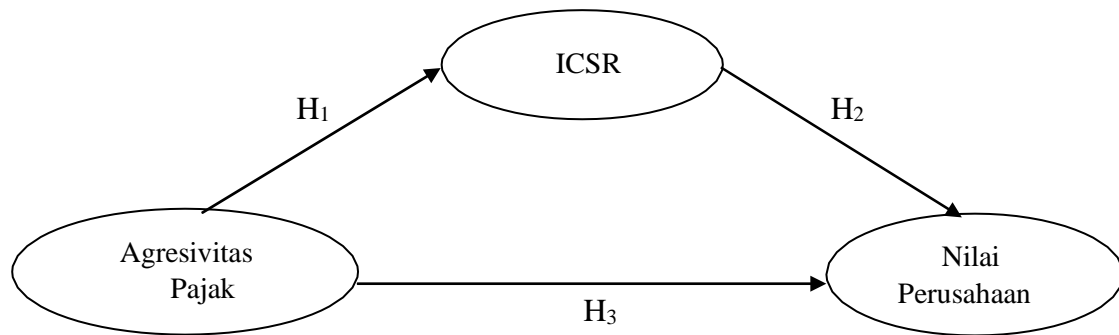
#### **2.4.4 Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Nilai Perusahaan dengan Islamic Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening**

Banyak perusahaan yang menganggap biaya pajak sebagai aspek terbesar kurangnya laba perusahaan sehingga perusahaan melakukan berbagai cara untuk bisa memaksimalkan laba dengan mengurangi biaya pajak. Salah satu cara yang dilakukan perusahaan adalah melakukan tindakan agresif pajak. Kuriyah & Asyik, (2016) mendefinisi agresivitas pajak sebagai kegiatan perencanaan pajak (*tax planning*) semua perusahaan yang terlibat dalam usaha mengurangi tingkat pajak yang efektif. Tindakan agresivitas pajak diharapkan dapat meningkatkan laba perusahaan. Semakin tinggi laba yang diperoleh perusahaan semakin tinggi pula nilai perusahaan. Menurut Torihoran, (2016), nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Perusahaan yang melaksanakan perencanaan pajak bisa meningkatkan nilai perusahaan. Karena dengan melaksanakan perencanaan pajak, perusahaan bisa lebih efektif dalam membayar pajak terutang serta terlihat tertib dalam

kewajiban perpajakannya. Dan juga, ada pandangan teori tradisional yang mengatakan bahwa “kegiatan perencanaan pajak dilakukan guna memindahkan kesejahteraan dari negara terhadap pemegang saham” (Desai dan Dharmapala, 2006), sehingga mampu menurunkan biaya yang dipergunakan dan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Akan tetapi tindakan yang dilakukan oleh perusahaan akan menghadirkan konsekuensi pertanggung jawaban atas dampak negatif maupun positif yang ditimbulkan dari keputusan dan tindakan tersebut. Dalam hal ini perusahaan menggunakan ICSR sebagai tataran strategi jangka panjang perusahaan dalam mempertahankan keberadaannya dan untuk memperoleh pengakuan dari lingkungan dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan yakni para stake holder.

Investor sebagai salah satu stake holder perusahaan mempertimbangkan faktor kinerja ekonomi perusahaan dan faktor lainnya yakni faktor sosial dan lingkungan yang dapat menunjang keberlangsungan perusahaan. Diterapkannya ICSR dalam suatu perusahaan akan dapat meningkatkan kepedulian terhadap kehidupan sosial dan lingkungan sekitar perusahaan. Dengan begitu ICSR akan memberikan manfaat positif bagi perusahaan dengan terciptanya hubungan yang baik dengan stakeholder yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan pernyataan diatas, penulis dapat membuat hipotesis keempat sebagai berikut:

**H4: agresivitas pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui ICSR**



**Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian Teoritis**



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Definisi dan Pengukuran Variabel**

##### **3.1.1 Variabel Independen**

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Dalam penelitian ini, yang merupakan variabel independen adalah agresivitas pajak.

##### **Agresivitas Pajak**

Agresivitas pajak didefinisikan sebagai rencana atau pengaturan yang diberlakukan dengan tujuan utama menghindari pajak dimana tidak mengikuti hukum yang berlaku Braithwait, (2005). Dengan begitu pendapatan yang diperoleh perusahaan dapat bertambah, akan tetapi tindakan agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan dapat menurunkan pendapatan pajak yang diterima pemerintah. Pembayaran pajak memiliki peranan yang penting karena menyediakan barang publik seperti pendidikan, pertahanan nasional, perawatan kesehatan masyarakat dan penegakan hukum (Sikka, 2010). Sehingga, kekurangan pendapatan pajak yang diterima pemerintah dapat menimbulkan permusuhan, memperburuk reputasi perusahaan di pandangan para stakeholders dan paling buruk terdapat kemungkinan pemberhentian operasi bisnis Harnett, (2008). Oleh karena itu, agresivitas pajak dianggap sebagai tindakan yang tidak bertanggungjawab secara sosial Schon, (2008). Agresivitas pajak dapat diukur menggunakan *Effective Tax Rate* (ETR). ETR merupakan alat ukur yang dapat mengukur seberapa besar kewajiban pajak perusahaan (Handayani et al., 2018). ETR digunakan sebagai alat

ukur dalam penelitian ini karena dapat mencerminkan semua perubahan wajib pajak Pradnyana, (2016). Cara menghitung ETR menyangkut wajib pajak saat ini dan tanggungan, hal itu dapat menunjukkan semua beban pajak yang harus dibayarkan Kusumayani & Suardana, (2017). Jika nilai yang ditunjukkan ETR rendah, maka beban pendapatan kena pajak lebih sedikit dibandingkan dengan pendapatan sebelum kena pajak Suprimarini et al., (2017). Rendahnya nilai ETR menunjukkan tingginya agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan, begitu juga sebaliknya nilai ETR yang tinggi menunjukkan rendahnya agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan. Nilai ETR berkisar lebih dari 0 dan kurang dari 1, semakin mendekati 0 artinya agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan semakin tinggi.

Cara Menghitung ETR:

$$ETR = \frac{\text{Total Tax Expenses } i, t}{\text{Pre Tax Income } i, t}$$

Keterangan :

ETR = Tarif Pajak Efektif (*Effective Tax Rate*)

*Total Tax Expanses* = beban pajak penghasilan badan untuk perusahaan I pada tahun t berdasarkan laporan keuangan perusahaan.

*Pre Tax Income* = pendapatan sebelum pajak untuk perusahaan i pada tahun t berdasarkan laporan keuangan perusahaan.

Penelitian ini juga menggunakan pengukuran lain, yaitu cash ETR, Cash ETR adalah effective tax rate berdasarkan jumlah kas pajak yang dibayarkan perusahaan pada tahun berjalan. Penggunaan model ini dimaksudkan untuk memperkuat model dalam memprediksi temuan penelitian, penggunaan model ini juga dilakukan oleh beberapa penelitian seperti (Chen et al., 2010) dan (Minnick & Noga, 2010) Tujuan penggunaan model ini juga berbeda, jika ETR bertujuan untuk melihat beban pajak yang dibayarkan dalam tahun berjalan sedangkan cash ETR adalah

mengakomodasikan jumlah kas pajak yang dibayarkan saat ini oleh perusahaan. Semakin kecil nilai CETR berarti penghindaran pajak perusahaan semakin besar, sedangkan jika nilai CETR tinggi artinya penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan rendah. Cash ETR dalam penelitian ini akan dihitung dengan rumus yang dikemukakan oleh (Hanlon & Heitzman, 2010):

Cara menghitung Cash ETR:

$$\text{Cash ETR} = \frac{\text{Cash Tax Paid } i, t}{\text{Pretax Income } i, t}$$

Keterangan :

Cash Tax Paid = jumlah kas pajak yang dibayarkan perusahaan i pada tahun t berdasarkan laporan keuangan perusahaan.

Pretax Income = pendapatan sebelum pajak untuk perusahaan i pada tahun t berdasarkan laporan keuangan perusahaan.

### 3.1.2 Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel dependen pada penelitian ini adalah nilai perusahaan.

#### Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar karena nilai perusahaan memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan dijual Putu, (2010). Harga pasar dari saham perusahaan yang terbentuk antara pembeli dan penjual disaat terjadi transaksi disebut nilai pasar perusahaan, karena harga pasar saham dianggap cerminan dari nilai asset perusahaan sesungguhnya Farma, (1987).

Nilai perusahaan dapat diukur menggunakan *Tobin's Q*. *Tobin's Q* merupakan rasio nilai pasar perusahaan yang dibandingkan dengan nilai buku total aset perusahaan (Mardiyanto, (2008)). Rasio *Tobin's Q* diyakini mampu memberikan suatu informasi dengan baik, karena pada rasio *Tobin's Q* terdapat modal saham dan hutang perusahaan, dan semua aset perusahaan. Jika nilai pada *Tobin's Q* kurang dari 1, hal itu menandakan harga pasar saham lebih rendah dari harga wajarnya (*undervalued*). Apabila nilai *Tobin's Q* sama dengan 1, maka harga pasar saham sama dengan harga wajarnya (*average*). Dan jika nilai *Tobin's Q* lebih dari 1 maka harga pasar saham lebih tinggi dari harga wajarnya (*overvalued*).

Cara menghitung *Tobin's Q*:

$$\text{Tobin's } Q = \frac{EMV + D}{EBV + D}$$

Keterangan:

*Tobin's Q* = Nilai perusahaan

EMV = Nilai pasar ekuitas (*Equity Market Value*) = *Closing price* x saham beredar

EBV = Nilai buku dari total ekuitas (*Equity Book Value*)

D = Nilai buku dari total hutang (*Debt*)

### 3.1.3 Variabel Intervening

Variabel intervening merupakan variabel yang secara tidak langsung dapat mempengaruhi hubungan antara variabel dependen dan variabel independen menjadi hubungan tidak langsung yang tidak dapat dilihat dan diukur. Dalam penelitian kali ini, yang menjadi variabel intervening adalah *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR).

#### ***Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR)**

Menurut (Muhammad, 2018) *Islamic Corporate Social Responsibility* adalah



hubungan antara aktivis komersial dengan masyarakat sipil yang terjadi secara alami yang diambil dari aturan islam dan dipraktekan oleh umat islam.

ICSR digunakan sebagai pengungkapan sosial dalam perusahaan yang mengacu pada *islamic social reporting* yang diterapkan oleh *Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution* (AAOIFI). Ada 32 indeks yang terdapat didalam ISR dan dibagi menjadi 6 bagian, yaitu: (1) pendanaan dan investasi, (2) produk dan jasa, (3) karya, (4) lingkungan, (5) masyarakat, (6) tata kelola perusahaan Haniffa, (2002). Indeks tersebut dapat memperoleh nilai 1 jika indeks tersebut bisa diungkapkan, apabila indeks tersebut tidak dapat diungkapkan dalam laporan keuangan maka akan memperoleh nilai 0.

Cara menghitung ICSR:

$$ICSR = \sum \frac{x_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

ICSR = *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure Index* Perusahaan j

$n_j$  = jumlah item untuk perusahaan j

$x_{ij}$  = jika item i diungkapkan = 1, Jika item I tidak diungkapkan = 0

Sehingga  $0 = 1, j = 1$

### 3.2 Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII), dan sampel yang digunakan adalah laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) periode 2017-2020. Metode pengambilan sampel alam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Menurut (Sugiyono, 2017) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan dan tertentu. Kriteria yang ditetapkan penulis dalam

penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan yang terdaftar secara konsisten di Jakarta Islamic Index (JII) dari periode 2017-2020.
2. Perusahaan yang secara berturut – turut mengungkapkan ICSR dalam laporan tahunannya selama periode 2017-2020.

### **3.3 Sumber dan Jenis Data**

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang bersumber dari laporan tahunan pada masing-masing perusahaan, dan juga menggunakan data kualitatif pada laporan tahunan perusahaan. Data yang digunakan adalah data sekunder yang berupa laporan tahunan yang terdaftar di JII tahun 2017-2020 yang dapat diakses melalui [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode studi dokumentasi. Metode ini dilakukan dengan mengumpulkan laporan keuangan tahunan, setelah itu akan dilakukan pemeriksaan data-data dan informasi dalam laporan tahunan yang terdaftar di JII periode 2017-2020 yang terdapat dalam [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

Penelitian ini juga menggunakan metode *library research*, yaitu metode dengan mengumpulkan data dan sumber pustaka yang sesuai dengan penelitian ini yang berupa jurnal, makalah ataupun hasil dari penelitian terdahulu .

### **3.5 Teknik Analisis**

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif.

### **3.5.1 Analisis Deskriptif**

Menurut Ghozali, (2013) yang dimaksud statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara memberikan gambaran atau deskriptif suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata, maksimum, minimum, standar deviasi

### **3.5.2 Analisis Verifikatif**

penelitian verifikatif menurut Sugiyono, (2018) adalah suatu “penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pada penelitian ini, analisis yang dimaksud adalah untuk mengetahui hasil penelitian yang berhubungan dengan agresivitas pajak pada nilai perusahaan yang terdaftar di JII tahun 2017-2020.

### **3.5.3 Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memperoleh model analisis yang tepat serta menggunakan metode regresi linier berganda dan di olah menggunakan program SPSS. Hasil dari regresi linier berganda bisa dikatakan apabila melakukan uji asumsi klasik meliputi: uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heterokedastisitas.

#### ***1. Uji Normalitas***

Menurut Ghozali, (2013) uji normalitas adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen maupun dependen mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah regresi yang distribusi normal atau mendekati normal (Ghozali, 2013). Untuk menguji normalitas dalam penelitian ini menggunakan One Sample Solgomorov Sminov

Test. Dasar pengambilan keputusan adalah jika 2-tailed  $> 0,05$ , maka model regresi memenuhi asumsi normalitas dan sebaliknya.

## **2. Uji Multikolonieritas**

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas terjadi multikolinier atau tidak dan apakah pada regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel bebas (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik yaitu model yang terbebas dari multikolinearitas. Ada tidaknya multikolinearitas dapat dideteksi dengan perhitungan nilai tolerance  $> 0,1$  dan perhitungan VIF  $< 10$ .

## **3. Uji Heterokedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk menguji heterokedastisitas menggunakan uji Glejser. Ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dari probabilitas signifikansinya, jika nilai signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 5% maka dapat disimpulkan tidak mengandung adanya heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

## **4. Uji Autokorelasi**

Uji Autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ada regresi antar kesalahan pengganggu pada periode (t) dengan periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka terdapat masalah korelasi. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke

observasi lainnya. Model regresi yang baik adalah yang bebas dari autokorelasi. Cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi adalah dengan uji Durbin Watson (DW). Gejala autokorelasi dapat dideteksi dengan menggunakan uji Durbin-Watson (DW) dengan kriteria nilai Durbin Watson Tabel, yaitu Durbin Upper (DU) dan Durbin Lower (DL). Dikatakan tidak terdapat autokorelasi jika nilai  $DW > DU$  dan  $(4-DW) > DU$  atau bisa dinotasikan juga sebagai berikut :  $(4-DW) > DU < DW$ .

### 3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan analisis untuk mengetahui 21 pengaruh variabel bebas (independen) yang jumlahnya lebih dari satu terhadap satu variabel terikat (dependen). Model analisis regresi linear berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan dan seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) Ghozali, (2013). Adapun persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y_1 = a + \beta_1 X_1 + e \dots \dots \dots (1)$$

$$Y_2 = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 Y_1 \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan:

$Y_1$  = ICSR

$Y_2$  = Nilai Perusahaan

$a$  = konstanta

$\beta_1 - \beta_2$  = koefisien regresi pada masing-masing variabel independen

$X_1$  = agresivitas pajak

$e$  = *error term, yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian*

### 3.5.5 Analisis Uji Hipotesis

#### 1. Uji Parsial (*t test*)

Ghozali, (2013) mengatakan bahwa uji t digunakan untuk mengetahui masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai signifikansi uji  $t < 0,05$  maka disimpulkan bahwa secara individual variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Langkah untuk uji t adalah sebagai berikut:

1. Menetapkan hipotesis yang akan diuji. Hipotesis yang akan diuji yaitu:  $H_0 : \beta_i = 0$ , artinya variabel bebas tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel terikat.  $H_1 : \beta_i \neq 0$ , artinya variabel bebas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel terikat.
2. Menentukan tingkat signifikansi  $= \alpha$  sebesar 0,05.
3. Menentukan daerah keputusan:
  - a. Apabila  $t_{sig} < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya secara parsial X berpengaruh terhadap Y.
  - b. Apabila  $t_{sig} > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, artinya secara parsial X tidak berpengaruh terhadap Y.
2. ***Uji Simultan (F test)***

Uji statistik F dilakukan dengan tujuan untuk menunjukkan semua variabel bebas dimasukkan dalam model yang memiliki pengaruh secara bersama terhadap variabel terikat (Ghozali, 2013). Kriteria pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  artinya model penelitian layak digunakan.

### 3. ***Koefisien Determinasi***

Koefisien determinasi (adjusted  $R^2$ ) mengukur seberapa jauh kemampuan

model dalam menerangkan variasi variabel dependen dengan nilai antara nol sampai satu ( $0 < R^2 < 1$ ). Nilai adjusted  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variable-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018).

#### 4. Uji Sobel

Menurut Baron dan Kenny Ghozali, (2013) suatu variabel dapat dikatakan sebagai mediator jika variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan antara variabel (predictor) dan variabel criterion (dependen). Uji sobel dilakukan dengan menguji kekuatan pengaruh tidak langsung dari X ke Y melewati M, dimana M merupakan variabel intervening. Pengaruh tidak langsung X ke Y melewati M dihitung dengan cara mengalikan jalur X ke M (dilambangkan dengan a) dengan jalur M ke Y (dilambangkan b), sehingga dapat dilambangkan dengan (ab). Dari hasil perkalian tersebut, didapat koefisien ab adalah (c-c'), dimana c merupakan pengaruh X terhadap Y tanpa mengontrol M, dan c' merupakan pengaruh X terhadap Y setelah mengontrol M.

Uji sobel dapat dilakukan dengan cara membandingkan t hitung dan t tabel. T hitung dihitung dengan cara membagi ab dengan  $s_{ab}$ . Standard error koefisien a dan b ditulis dengan  $S_a$  dan  $S_b$ , dan besarnya standard error pengaruh tidak langsung adalah  $s_{ab}$ , dimana dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$s_{ab} = \sqrt{b^2 s_a^2 + a^2 s_b^2 + s_a^2 s_b^2}$$

Pengaruh tidak langsung dapat diuji dengan menghitung nilai t dari koefisien ab

dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{ab}{sab}$$

Dari perhitungan tersebut, nilai t hitung akan dibandingkan dengan nilai t tabel. Jika nilai t hitung > nilai t tabel, maka terjadi pengaruh mediasi. Asumsi uji sobel memerlukan jumlah sampel yang lebih besar, jika jumlah sampel yang digunakan kecil dan tidak banyak, maka uji sobel menjadi kurang konservatif.





## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Populasi yang diinginkan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di JII pada tahun 2017 – 2020. Perusahaan manufaktur dipilih sebagai populasi karena memiliki prospek yang baik dalam perekonomian dengan menghasilkan laba yang cukup signifikan disetiap tahunnya. Selain itu perusahaan manufaktur juga mempunyai peranan penting dalam keberlangsungan lingkungan dalam hal bentuk tanggung jawab yang dilakukan atas dampak yang dihasilkannya. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dalam menentukan sampel berdasarkan populasi yaitu perusahaan manufaktur yang memenuhi semua kriteria yang telah ditentukan. Adapun rincian pengambilan sampel sebagai berikut:

**Tabel 4. 1**  
**Hasil Pengambilan Sampel**

Keterangan	Jumlah Emiten
Perusahaan yang terdaftar di JII pada tahun 2017 – 2020.	17
Perusahaan yang tidak mengungkapkan ICSR didalam laporan tahunan perusahaan.	(6)
Jumlah Sempel	11

Berdasarkan Tabel Pengambilan Sampel 4.1 diatas, dapat dilihat bahwa jumlah perusahaan yang memenuhi kriteria sampel sebanyak 11 perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Indeks. Sehingga pengamatan yang dilakukan selama 4 tahun selama periode 2017-2020 didapatkan data sebanyak 44 data.

## 4.2 Uji Hipotesis

### 4.2.1 Analisa Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji apakah variable independent apakah cukup berpengaruh terhadap variable dependen. Penelitian ini memperoleh dua persamaan model regresi dengan nilai perusahaan dan *islamic corporate social responsibility* sebagai variable dependen. Berikut hasil koefisien regresi yang dapat dilihat pada table 4.2 sebagai berikut:

**Tabel 4. 2**  
**Uji Regresi Linier Berganda**

Variabel Dependen	A	AP <sub>1</sub> (ETR)	AP <sub>2</sub> (CETR)	ICSR
ICSR	0.339	0.049	0.252	
NP	-2.164	-0.242	-0.037	4.354

Sumber: data diolah (lampiran 5)

Berdasarkan data yang telah diolah pada table diatas, diperoleh dua persamaan model regresi dalam penelitian ini yaitu:

#### Model regresi 1

$$\text{ICSR} = 0.339 + (0.049) \text{AP}_1 + (0.252) \text{AP}_2 + \varepsilon$$

Dari model regresi tersebut dapat diartikan bahwa konstanta memiliki nilai 0.339, agresivitas pajak (AP<sub>1</sub>) memiliki nilai koefisien 0.049, agresivitas pajak (AP<sub>2</sub>) memiliki nilai 0.252. Hal tersebut dapat diartikan apabila nilai agresivitas pajak (AP<sub>1</sub> dan AP<sub>2</sub>) dianggap konstan, maka nilai ICSR yang dihasilkan adalah sebesar 0,339. Jika agresivitas pajak (AP<sub>1</sub>) mengalami kenaikan satu-satuan nilai maka mengakibatkan nilai ICSR meningkat sebesar 0,049. Jika agresivitas pajak (AP<sub>2</sub>) mengalami kenaikan satu-satuan nilai maka mengakibatkan nilai ICSR meningkat sebesar 0,252.

## Model Regresi 2

$$NP = -2.164 + (-0.242) AP_1 + (-0.037) AP_2 + (4.354) ICSR + \varepsilon$$

Dari model regresi tersebut dapat diartikan bahwa constanta memiliki nilai -2.164, agresivitas pajak ( $AP_1$ ) memiliki nilai koefisien -0.242, agresivitas pajak ( $AP_2$ ) memiliki nilai koefisien -0.037, islamic corporate social responsibility (ICSR) memiliki nilai koefisien 4.354. Hal tersebut dapat diartikan bahwa tanda koefisien variable independent dalam persamaan regresi diatas sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil persamaan regresi diatas, apabila semua variable dianggap konstan, maka nilai perusahaan (NP) yang dihasilkan adalah sebesar -2,164.
2. Jika agresivitas pajak ( $AP_1$ ) mengalami kenaikan satu-satuan nilai mmaka nilai perusahaan (NP) menurun sebesar -0,242.
3. Jika agresivitas pajak ( $AP_2$ ) mengalami kenaikan satu-satuan nilai maka mengakibatkan nilai perusahaan (NP) menurun sebesar -0.037.
4. Jika islamic corporate social responsibility (ICSR) mengalami kenaikan satu-satuan nilai maka mengakibatkan nilai perusahaan (NP) menurun sebesar 4,354.

### 4.2.2 Uji F

Uji F pada penelitian ini merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dan variabel dependen apakah benar benar berpengaruh secara simultan (bersama-sama). Hasil uji F pada penelitian ini dapat dilihat pada table 4.3 sebagai berikut:

**Tabel 4. 3**  
**Uji F**

Variabel Dependen	F	Sig.
ICSR	5.620	0.007
NP	50.045	0.000

Sumber: data diolah (lampiran 6)

Berdasarkan tabel 4.3 uji F pada model 1 didapatkan nilai F hitung sebesar 5,620 dengan angka signifikansi (P value) sebesar 0,007. Dengan tingkat signifikansi 95% ( $\alpha=0,05$ ). Angka signifikansi (P value) sebesar  $0,007 < 0,05$ . Atas dasar perbandingan tersebut, maka  $H_0$  ditolak atau berarti agresivitas pajak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap *islamic corporate social responsibility*. Sedangkan pada model 2 variabel agresivitas pajak dan *islamic corporate social responsibility* secara bersama-sama juga berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

#### 4.2.3 Uji T

Uji t pada penelitian ini bertujuan untuk menguji tingkat pengaruh variable independent secara parsial dalam menjelaskan variasi variable dependen. Hasil uji t pada penelitian ini dapat dilihat pada table 4.4 sebagai berikut.

**Tabel 4. 4**  
**Uji T**

Variabel Dependen		Constant	AP1	AP2	ICSR
Islamic Corporate Social Responsibility	t	-5.599	-2.227	-3.014	
	Sig.	0.000	0.021	0.004	
Nilai Perusahaan	t	-7.151	-2.741	2.258	10.771
	Sig.	0.000	0.046	0.037	0.000

Sumber: data diolah (lampiran 7)

Berdasarkan tabel 4.4, maka hasil uji t pada model 1 dapat dijelaskan bahwa agresivitas pajak memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Artinya adalah  $H_0$  ditolak atau berarti agresivitas pajak mempunyai pengaruh positif yang

signifikan terhadap *islamic corporate social responsibility*.

Hasil uji t pada model 2 dapat dijelaskan bahwa agresivitas pajak memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Artinya adalah  $H_0$  ditolak atau berarti Agresivitas Pajak mempunyai pengaruh negatif yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pada *islamic corporate social responsibility* memiliki nilai signifikansi (0,000) lebih kecil dari 0,05. Artinya adalah  $H_0$  ditolak atau berarti *islamic corporate social responsibility* mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Agresivitas Pajak berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan dan *islamic corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

#### 4.2.4 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dilakukan untuk melihat tingkat pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Berikut hasil dari pengukuran ini dapat dilihat dalam tabel 4.5 sebagai berikut:

**Tabel 4. 5**  
**Koefisien Determinasi**

Variabel Dependen	Adjusted R Square
Islamic Corporate Social Responsibility	0.816
Nilai Perusahaan	0.547

Sumber: data diolah (lampiran 8)

Nilai Adjusted R Square pada model 1 adalah sebesar 0.816. Hal ini dapat diartikan bahwa agresivitas pajak dapat mempengaruhi *islamic corporate social responsibility* sebesar 81.6%, dan sisanya dipengaruhi oleh factor lain. Sedangkan dapat dilihat bahwa nilai Adjusted R Square pada model 2 adalah sebesar 0,547. Hal ini dapat diartikan bahwa agresivitas pajak dan *islamic corporate social responsibility* dapat menjelaskan nilai perusahaan sebesar 54.7%, sedangkan

sisanya diterangkan oleh faktor lain.

### 4.3 Analisis Deskriptif

Deskripsi variabel dalam statistik deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini meliputi nilai minimum, maksimum, mean dan standar deviasi dari variabel penelitian. Statistik deskriptif menggambarkan karakter sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Statistik deskriptif selengkapnya dalam penelitian ini ditampilkan dalam tabel 4.3 berikut:

**Tabel 4. 6**  
**Statistik deskriptif**

Variabel	Minimum	Maximum	Mean	Median	Std. Deviation
Agresivitas Pajak (ETR)	0.01	0.72	0.2711	0.2500	0.12308
Agresivitas Pajak (CETR)	0.17	1.53	0.4198	0.3050	0.311522
Nilai Perusahaan	0.87	5.90	2.0539	1.5500	1.21079
Islamic Corporate Social Responsibility	0.38	0.83	0.6418	0.6300	0.10460
N = 44					

Sumber: data diolah (lampiran 4)

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dengan jumlah data penelitian sebanyak 44 data menunjukkan bahwa variabel Agresivitas Pajak dengan dengan pengukuran ETR memiliki nilai minimum 0.01, nilai maksimum 0.72, nilai mean 0.711, dan standar deviasi 0.12308. Hal ini menunjukkan standar deviasi sebesar 0.12308 lebih kecil daripada nilai mean sebesar 0.2711 maka dapat disimpulkan Agresivitas Pajak dengan pengukuran ETR bersifat homogen atau kurang bervariasi. Sedangkan dengan pengukuran CETR memiliki nilai minimum 0.17, nilai maksimum 1.53, nilai mean 0.4198, dan standar deviasi 0.31522. Hal ini menunjukkan standar deviasi sebesar 0.31522 lebih kecil daripada nilai mean sebesar 0.4198 maka dapat disimpulkan Agresivitas Pajak dengan pengukuran CETR bersifat homogen atau kurang bervariasi. Jika dilihat dalam aturan pajak tahun 2022, tarif pajak penghasilan badan adalah sebesar 22% (0.22). Apabila kita bandingkan dengan nilai

mean pada CETR adalah sebesar 0.4198, maka nilai tersebut dapat dikatakan tinggi. Dan dapat disimpulkan bahwa perusahaan tidak melakukan tindakan agresivitas pajak

Variabel Nilai Perusahaan memiliki nilai minimum 0.87, nilai maksimum sebesar 5.90, nilai mean sebesar 2.0539, dan standar deviasi sebesar 1.21079. Hal ini menjelaskan bahwa nilai standar deviasi sebesar 1.21079 lebih kecil daripada mean sebesar 2.0539 maka dapat disimpulkan bahwa Nilai Perusahaan bersifat homogen atau kurang bervariasi.

Variabel ICSR memiliki nilai minimum 0.38, nilai maksimum sebesar 0.83, nilai mean sebesar 0.6418, dan standar deviasi sebesar 0.10460. Hal ini menjelaskan bahwa nilai standar deviasi sebesar 0.10460 lebih kecil daripada mean sebesar 0.6418 maka dapat disimpulkan bahwa Nilai Perusahaan bersifat homogen atau kurang bervariasi.

#### 4.4 Uji Asumsi Klasik

##### 4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Berikut hasil dari pengukuran ini yang dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 7**  
**Uji Normalitas**

	Unstandardized Residual Y1	Unstandardized Residual Y2
Test Statistic	0.093	0.083
Asymp.Sig	0.200	0.200

Sumber: data diolah (lampiran 9)

Berdasarkan uji normalitas dalam tabel 4.7 diperoleh bahwa nilai test statistic 0.093 dan Asymp Sig. 0.200 pada model 1. Sedangkan pada model 2

diperoleh nilai test statistic sebesar 0.083 dan nilai Asymp Sig. sebesar yaitu 0,200. Dengan demikian, berdasarkan dari hasil kedua model tersebut dapat disimpulkan bahwa kedua model tersebut berdistribusi normal.

#### 4.4.2 Uji Multikolonieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki korelasi antar variabel independen lain dalam satu model. Berikut hasil dari pengukuran ini yang dapat dilihat dalam tabel 4.8 sebagai berikut:

**Tabel 4. 8**  
**Uji Multikolinearitas**

	Variabel Dependen	AP <sub>1</sub>	AP <sub>2</sub>	ICSR
Tolerance	Islamic Corporate Social	0.859	0.859	
VIF	Responsibility	1.164	1.164	
Tolerance	Nilai Perusahaan	0.858	0.697	0.778
VIF		1.166	1.435	1.286

Sumber: data diolah (lampiran 10)

Berdasarkan tabel 4.8 di atas dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* masing-masing variabel lebih besar dari 10 persen (0,1). Hasil perhitungan VIF juga menunjukkan bahwa nilai VIF masing-masing variabel kurang dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi 1. Begitu juga pada model regresi 2, tidak mengalami gangguan multikolinieritas. Hal ini tampak pada nilai *tolerance* masing-masing variabel lebih besar dari 10 persen (0,1). Hasil perhitungan VIF juga menunjukkan bahwa nilai VIF masing-masing variabel kurang dari 10.

#### 4.4.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk membuktikan apakah model dalam model regresi linier memiliki korelasi antar data pada periode sebelumnya. Dikatakan



tidak terdapat autokorelasi jika nilai  $DW > DU$  dan  $(4-DW) > DU$  atau bisa dinotasikan juga sebagai berikut :  $(4-DW) > DU < DW$ . Berikut hasil uji autokorelasi ditunjukkan pada tabel 4.9 sebagai berikut:

**Tabel 4. 9**  
**Uji Autokorelasi**

Variabel Dependen	Nilai DW
Islamic Corporate Social Responsibility	1.939
Nilai Perusahaan	1.968

Sumber: data diolah (lampiran 11)

Berdasarkan hasil uji autokorelasi pada Tabel 4.9 diperoleh Nilai DW pada model 1 sebesar 1.939 sedangkan nilai  $(4 - DW)$  sebesar 2.061, nilai DU sebesar 1.61196. Dimana dapat disimpulkan bahwa  $2.061 > 1.61196 < 1.939$ , yang artinya pada model 1 tidak terjadi autokorelasi. Selanjutnya pada model 2 nilai DW diperoleh sebesar 1.968, yang dapat disimpulkan bahwa  $2.061 > 1.61196 < 1.968$ . Hal itu juga dapat disimpulkan bahwa pada model 2 tidak terjadi autokorelasi.

#### 4.4.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan variance dari residual antar pengamatan yang ada pada model regresi penelitian. Untuk menguji heteroskedastisitas pada penelitian ini digunakan uji glejser. Dalam pengujian ini, tidak terjadi heteroskedastisitas apabila signifikansi diatas 5%. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel 4.10 sebagai berikut:

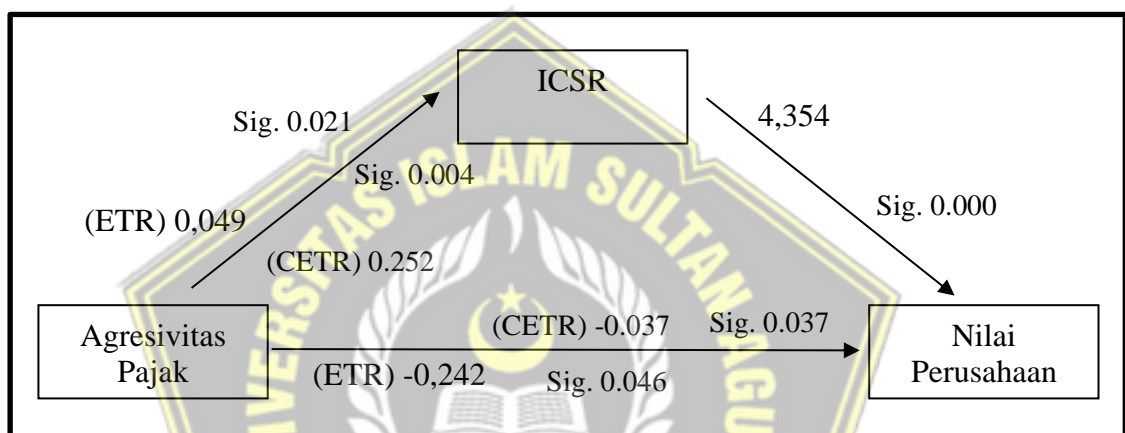
**Tabel 4. 10**  
**Uji Heterokedastisitas**

	Dependen	Constant	AP1	AP2	ICSR
Sig.	Reabs1	0.243	0.402	0.079	
	Reabs2	0.030	0.307	0.121	0.274

Sumber: data diolah (lampiran 12)

Berdasarkan tabel 4.10 diatas diperoleh bahwa nilai agresivitas pajak pada model 1 memiliki nilai sig. lebih besar dari 0,05. Begitu juga pada model 2, nilai agresivitas pajak dan islamic corporate social responsibility memmiliki nilai sig. lebih besar dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

#### 4.5 Uji Sobel (Sobel Test)



**Gambar 4. 1 Pengaruh langsung dan tidak langsung**

Uji sobel digunakan untuk menguji pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel independen dengan variabel dependen melalui variabel intervening. Berikut hasil pengukuran pada penelitian ini yang di olah dengan *sobel Test For The Significance of Mediation Calculator*:

**Tabel 4. 11  
Uji Sobel**

Variabel	Sobel test statistic	One-tailed probability	Two-tailed probability
Agresivitas Pajak (ETR)	3.3288	0.0004	0.0008
Agresivitas Pajak (CETR)	2.8901	0.0019	0.0038

Sumber: data diolah (lampiran 13)

Hasil dari perhitungan uji Sobel (Sobel Test) diperoleh bahwa nilai probabilitas satu arah (One-tailed probability) sebesar  $0,0004 < 0,05$ . Sehingga

dapat disimpulkan bahwa *islamic corporate social responsibility* dapat memediasi pengaruh dari Agresivitas Pajak (ETR) terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan agresivitas pajak yang menggunakan pengukuran CETR memperoleh hasil yang serupa, dari perhitungan uji Sobel (*Sobel Test*) diperoleh nilai probabilitas satu arah (*One-tailed probability*) sebesar  $0,001 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa *islamic corporate social responsibility* dapat memediasi pengaruh dari agresivitas pajak (CETR) terhadap Nilai Perusahaan.

## 4.6 Pembahasan

### 4.6.1 Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa agresivitas Pajak berpengaruh negatif signifikan terhadap Nilai perusahaan. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji T pada model 2 bahwa ETR memperoleh nilai koefisien regresi ( $\beta$ ) (-2,741) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,046 < 0,05$  dan CETR memperoleh nilai koefisien regresi ( $\beta$ ) (2,258) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,037 < 0,05$ . Artinya Agresivitas Pajak mempunyai pengaruh negatif yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Hasil dari analisis statistik deskriptif yang dilakukan pada tabel menunjukkan bahwa variabel Agresivitas Pajak pada perhitungan ETR mempunyai nilai mean sebesar 0,2711 itu artinya data variabel ukuran perusahaan dapat dikatakan cukup tinggi, dan untuk perhitungan CETR mempunyai nilai mean sebesar 0,4198 itu artinya data variabel ukuran perusahaan dapat dikatakan cukup tinggi. Sedangkan untuk variabel Nilai Perusahaan memiliki nilai mean 2,0539 dengan standar deviasi sebesar 1,21079 yang berarti bahwa variabel Islamic

Corporate Social Responsibility juga dikatakan cukup tinggi. Dapat disimpulkan bahwa Agresivitas Pajak mampu mempengaruhi variabel Nilai Perusahaan secara signifikan.

Hasil penelitian tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nirmala & Devi, (2018), Bagus et al., (2017), Prastiwi & Walidah, (2020) bahwa Agresivitas Pajak berpengaruh negatif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

#### **4.6.2 Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap ICSR**

Agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap ICSR, hal itu dikarenakan perusahaan yang melakukan agresivitas pajak yang tinggi akan cenderung mengungkapkan informasi ICSR yang lebih besar. Perusahaan melakukan hal tersebut untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat dan untuk melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang social dan ekonomi. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji T pada model 1 bahwa ETR memperoleh nilai koefisien regresi ( $\beta$ ) (-2,227) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,021 < 0,05$  dan CETR memperoleh nilai koefisien regresi ( $\beta$ ) (3,014) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,004 < 0,05$ . Hal ini dapat disimpulkan bahwa Agresivitas Pajak dapat mempengaruhi ICSR secara signifikan.

Hasil penelitian tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wardhani & Muid, (2017), Handayani et al., (2018), Pancawati, (2018), Elma Octaviana & Rohman, (2014), Rahayu & Darmawan, (2017) bahwa Agresivitas Pajak berpengaruh positif signifikan terhadap ICSR.

#### **4.6.3 Pengaruh ICSR Terhadap Nilai Perusahaan**

ICSR berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan karena tanggung jawab

sosial perusahaan merupakan cara perusahaan untuk dapat menjaga hubungan baik secara jangka panjang dengan para stake holdernya. ICSR dapat memberikan nilai lebih atas nilai saham perusahaan, khususnya di mata para Investor muslim yang memiliki kebutuhan untuk berinvestasi pada produk syariah. Kondisi demikian akan meningkatkan transaksi saham syariah dan pada akhirnya dapat meningkatkan Nilai Perusahaan. Hal itu dibuktikan dengan hasil dari Uji T, yaitu ICSR memiliki nilai signifikansi (0,000) lebih kecil dari 0,05. Artinya adalah  $H_0$  ditolak atau berarti ICSR mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hasil penelitian tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh

#### **4.6.4 Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Melalui ICSR**

Perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas pajak tentunya memiliki intensi untuk dapat mengurangi beban pajaknya sehingga dapat meringankan beban yang harus ditanggung perusahaan dan diharapkan dapat meningkatkan laba yang berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Akan tetapi, Tindakan agresivitas pajak berdampak negative terhadap citra perusahaan. Apabila Tindakan agresivitas pajak tersebut diketahui oleh public maka akan mempengaruhi turunnya nilai perusahaan. Dengan hal itu, biasanya perusahaan menggunakan ICSR agar dapat mendapat citra yang baik dari lingkungan perusahaan.

Hasil dari perhitungan uji Sobel (*Sobel Test*) diperoleh bahwa nilai probabilitas satu arah (*One-tailed probability*) sebesar  $0,0004 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa ICSR dapat memediasi pengaruh dari Agresivitas Pajak terhadap Nilai Perusahaan.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, apakah Agresivitas Pajak (ETR dan CETR) benar-benar berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen ICSR. Kemudian untuk mengetahui hubungan antara variabel independen Agresivitas Pajak (ETR dan CETR) dan ICSR benar-benar berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen TOBINS Q. Berdasarkan hasil penelitian dengan metode kuantitatif, maka dapat peneliti simpulkan sebagai berikut:

- a. Pada persamaan model 1 diperoleh bahwa nilai koefisien regresi Agresivitas Pajak (ETR dan CETR) yaitu positif artinya Agresivitas Pajak (ETR dan CETR) memiliki hubungan positif terhadap ICSR. Sedangkan pada model 2 diperoleh bahwa nilai koefisien regresi Agresivitas Pajak (ETR dan CETR) yaitu negatif artinya Agresivitas Pajak (ETR dan CETR) memiliki hubungan negatif terhadap TOBINS Q. Kemudian pada ICSR nilai koefisien regresi yaitu positif artinya ICSR memiliki hubungan positif terhadap TOBINS Q.
- b. Berdasarkan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada model 1 diperoleh bahwa Agresivitas Pajak (ETR dan CETR) dapat menjelaskan ICSR sebesar 17,7%, sedangkan sisanya diterangkan oleh faktor lain yang tidak diteliti. Selanjutnya pada model 2 diperoleh bahwa Agresivitas Pajak (ETR dan

CETR) dan ICSR dapat menjelaskan TOBINS Q sebesar 77,4%, sedangkan sisanya diterangkan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

- c. Berdasarkan hasil uji F pada model 1 diperoleh bahwa Agresivitas Pajak mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap ICSR. Selanjutnya pada model 2 diperoleh bahwa variabel Agresivitas Pajak (ETR dan CETR) dan ICSR mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap Nilai Perusahaan (TOBINS Q).
- d. Berdasarkan hasil uji t model 1 menunjukkan bahwa Agresivitas Pajak (ETR dan CETR) mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap ICSR. Selanjutnya pada model 2 menunjukkan bahwa Agresivitas Pajak (ETR dan CETR) mempunyai pengaruh negatif yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan (TOBINS Q). Sedangkan ICSR mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan (TOBINS Q).
- e. Berdasarkan hasil uji sobel test diperoleh bahwa ICSR dapat memediasi pengaruh dari Agresivitas Pajak (ETR dan CETR) terhadap Nilai Perusahaan (TOBINS Q).

## 5.2 Saran

Adapun saran untuk penelitian selanjutnya berdasarkan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai referensi, pendukung, pedoman, pembanding, dan diharapkan untuk menambah variabel lain yang dapat dijadikan indikator dalam penelitian lanjutan. Hal ini karena masih adanya

variabel-variabel yang belum ditemukan peneliti yang masih memiliki hubungan yang berkaitan dengan pemahaman internet.

- b. Dan untuk penelitian selanjutnya bisa melakukan analisis statistik lainnya agar model yang diperoleh lebih akurat.





## DAFTAR PUSTAKA

- Albaity, & Ahmad. (2008). *Performance of Syariah and Composite Indices: Evidence from Bursa Malaysia*.
- Ali Syukron. (2015). CSR dalam Perspektif Islam dan Perbankan. *Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, 5(1), 1–22.
- Arifin, J., & Wardani. (2016). *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia Islamic corporate social responsibility disclosure, reputasi, dan kinerja keuangan: Studi pada bank syariah di Indonesia*. 20(1).
- Arshad, R., Othman, S., & Othman, R. (2012). *Islamic Corporate Social Responsibility, Corporate Reputation and Performance*. 6(4), 643–647.
- Asandimitra, N. (2017). *Capital Expenditure, Leverage, Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility: Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan*. 20(2), 191–214.
- Auliya, M. R. (2018). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel intervening. *Director*, 15(2), 2017–2019.
- Bagus, I., Putra, G., & Noviari, N. (2017). Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 18, 1398–1425.
- Baydoun, & Willet. (1997). *Islam and Accounting: Ethical Issues in the Presentation of Financial Information, Accounting, Commerce and Finance*. 1, 1.
- Belkaoui. (2007). *Accounting Theory* (5th. Buku). Salemba Empat.
- Braithwait. (2005). *For Public Social Science*.
- Bringham, E. F., & Gapenski, L. C. (2006). *Intermediate International Management*.
- Chen, Shuping, Chen, X., & Cheng, Q. (2010). Are Family Firms more Tax Agressive than Non-Family Firms? *Journal of Financial Economics*, 95, 41–61.
- Craig, D., Michaela, R., & John, T. (2002). An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983-1997: A test of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 312–343. <https://doi.org/10.1108/09513570210435861>
- Deegan, & Tobin. (2002). “An Examination of the Corporate Social and Environmental Disclosure BHP from 1983-1997 a Test of Legitimacy Theory” *Accounting, Auditing and Accountability*. 15, 3.
- Dewi, A. A., & Dewi, L. G. K. (2017). Transparansi Informasi Memoderasi Pengaruh Agresivitas Pajak Pada Nilai Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia. *Akuntabilitas*, 10(2), 211–230. <https://doi.org/10.15408/akt.v10i2.6134>
- Elma Octaviana, N., & Rohman, A. (2014). Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Corporate Social Responsibility : Untuk Menguji Teori Legitimasi. *Diponegoro Journal of Accounting*, 03(02), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Erickson, Mills, & Maydew. (1998). *Investments in tax planning*.

- Fahmi, I. (2015). *Analisis Laporan Keuangan*. Alfabeta.
- Frank, M., Lynch, L., & Rego, S. (2009). *Tax reporting aggressiveness and its relation to aggressive financial reporting*. In *Accounting Review*, 84(2), 467–496.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Vol. 19). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, & Chariri. (2007). *Teori Akuntansi*.
- Handayani, Soerono, A. N., & Ramdhani, D. (2018). *Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Corporate Social Responsibility Dengan Variabel Kontrol Return On Asset dan Leverage*. 13(1), 162–183.
- Haniffa, & Hudaib. (2007). *Exploring the Ethical Identity of Islamic Banks via Communication in Annual Reports*.
- Hanlon, & Heitzman, S. (2010). A Review of Tax Research. *Journal of Accounting and Economics*, 50, 127–178.
- Hanlon, M., & Slemrod, J. (2009). *What does tax aggressiveness signal? Evidence from stock price reactions to news about tax shelter involvement*. 93(1–2), 126–141.
- Hlaning. (2012). *Organizational Architecture of Multinationals and Tax Aggressiveness*. 7.
- Husnan, S. (2013). *Manajemen* (Edisi 4).
- Indrawati. (2019). *Pengaruh Tax Avoidance terhadap Nilai Perusahaan dengan Transparansi Perusahaan sebagai Variabel Moderating*.
- Isnaini, N. A. (2017). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan: Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6(2), 631–651.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). *Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure*. 305–360.
- Kusumayani, H., & Suardana, K. (2017). *Kepemilikan Manajerial Dan Kepemilikan Institusional Sebagai Pemoderasi Pengaruh Perencanaan Pajak Pada Nilai Perusahaan*. *E-Jurnal Akuntansi*, 18, 646–673.
- Lanis, & Richardson. (2013). *Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: A test of Legitimacy Theory*. *Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: A Test of Legitimacy Theory*, 26, 175–100.
- Lestari, N. (2014). *Pengaruh Tax Planning Terhadap Akuntabilitas*, VII No. 1(1), 69–83.
- Lietz, G. (2013). *Tax Avoidance vs . Tax Aggressiveness : Working Paper*.
- Mardiyanto. (2008). *Inti Sari Manajemen Keuangan: Teori, Soal dan Jawaban*. Grasindo.
- Martani, D., & Chasbiandani, T. (2011). *Pengaruh Tax Avoidance Nce Jangka Panjang*.
- Minnick, K., & Noga, T. (2010). *Do Corporate Governance Characteristics Influence Tax Management? Journal of Corporate Finance*, 16(5), 703–718. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2010.08.005>
- Mohammed, J. A. (2007). *Corporate Social Responsibility in Islam*. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2593945>

- Nirmala, P., & Devi, C. (2018). *Pengaruh Agresivitas Pajak pada Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Pemoderasi*. 22, 2257–2283.
- oktaviana. (2014). *Dampak Corporate Social Responsibility, Kepemilikan Manajerial, Investment Opportunity Set dan Cash Holding Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Umum Swasta*.
- Pancawati, W. dan. (2018). Pengaruh Agresivitas Pajak Dan Media Exposure Terhadap Corporate Social Responsibility. *Dinamika Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 4(2), 136–151.
- Prastiwi, D., & Walidah, A. N. (2020). Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Nilai Perusahaan: Efek Moderasi Transparansi dan Kepemilikan Institusional. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 23(2), 203–224.  
<https://doi.org/10.24914/jeb.v23i2.2997>
- Purbopangestu, H., & Subowo. (2014). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening. *Accounting Analysis Journal*, 3(3), 321–333.  
<https://doi.org/10.15294/aa.v3i3.4202>
- Putri, E. (2018). *Islamic Corporate Social Responsibility, Quality Reporting dan Kinerja Keuangan*.
- Rahayu, M. P., & Darmawan, J. (2017). *Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap Corporate Social Responsibility*. 01(02), 541–558.
- Rahman, A. (2009). *Hubungan Sistem Administrasi Perpajakan Modern dengan Kepatuhan Wajib Pajak*. 6, 1.
- Rego. (2003). *Tax-Avoidance Activities of U.S. Multinational Corporations*.
- Roman, L., & Grant, R. (2013). Corporate social responsibility and tax aggressiveness: a test of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 26(1), 75–100.  
<https://doi.org/10.1108/09513571311285621>
- Sartono, A. (2012). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi* (4th ed.). BPF.
- Sayekti, & Ludovicus. (2007). *Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earning Response Coefficient (Suatu Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta)*.
- Schon. (2008). *Tax and Corporate Governance*.
- Sidanti, H., & Cornaylis, V. (2018). *Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Sektor Pertanian Subsektor Perkebunan di BEI*. 1(2), 201–210.
- Sidik, & Reskino. (2016). *Zakat and Islamic Corporate Social Responsibility: Does It Take Effect to the Performance of Shari'a Banking?*
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Suprimarini, Deiya, N. P., H. S., & Bambang. (2017). *Pengaruh Corporate Social Responsibility, Kualitas Audit, dan Kepemilikan Institusional Pada Agresivitas Pajak*. 2, 1349–1377.
- Ujiyantho, M. A., & Bambang, A. P. (2007). *Mekanisme Corporate Governance*,

*Manajemen Laba dan Kinerja Keuangan (Studi pada Perusahaan Go Public Sektor Manufaktur).*

- Utami, R., Yusniar, M. W., Brigjen, J., & Basri, H. H. (2020). *Pengungkapan Islamic Social Responsibility ( ICSR ) DAN Good Corporate Governance ( GCG ) Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Nilai Perusahaan Sebagai Variabel Intervening*. 11(2), 162–176.
- Wahab, A., Shaipah, N., & Holland, K. (2011). *Tax Planning, Corporate Governance, and Equity Value*. 3(12), 2008–2010.  
<https://doi.org/10.3969/j.issn.1006-8082.2011.06.013>
- Wardhani, R. A., & Muid, D. (2017). *Pengaruh Agresivitas Pajak, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility*. 6, 1–10.
- Yusuf, & Zakaria. (2015). *Islamic corporate social responsibility in Islamic banking: Towards poverty alleviation*.
- Zubairu. (2011). *Social Reporting Practices of Islamic banks in Saudi Arabia*.

