

## Insentif Pajak dalam Memoderasi Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak

Rizkiatul Mukaromah, Atieq Amjadallah Alfie\*, Setyo Mahanani

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Wahid Hasyim

\*Email: atiqalfie@unwahas.ac.id

### Abstrak

*Observasi ini memiliki maksud supaya dapat mengetahui, menguji, dan menganalisis pengaruh pengungkapan CSR terhadap agresivitas pajak dengan insentif pajak sebagai pemoderasi. Populasi yang terdapat dalam observasi ini adalah perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia kurun waktu 2017-2019. Dari 64 perusahaan industri barang yang dapat dikonsumsi sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia, namun yang memenuhi kriteria sampel observasi yang ditetapkan hanya ada 34 perusahaan. Teknik dalam mengambil data pada observasi ini memakai teknik purposive sampling. Analisa data dilaksanakan dengan memakai analisis regresi linier berganda dengan memakai aplikasi SPSS Versi 21. Dari hasil observasi membuktikan pengungkapan CSR terdapat pengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak (ETR) dan insentif pajak (TI) dapat memoderasi hubungan CSR terhadap agresivitas pajak.*

**Kata kunci:** tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), agresivitas pajak, insentif pajak.

### PENDAHULUAN

Agresivitas pajak ialah langkah-langkah yang dijalankan sebuah perusahaan supaya meringankan kewajiban membayar pajak. Berdasarkan observasi Slemrod dalam (Suprimarini & H, 2017) mengungkapkan agresivitas pajak ialah suatu kegiatan yang khusus yaitu meliputi transaksi dengan maksud supaya dapat menurunkan beban pajak perusahaan. Dalam menghindari agresivitas pajak dilaksanakan menggunakan berbagai rancangan transaksi keuangan, yang dilakukan baik secara legal atau ilegal dapat berpengaruh bagi pendapatan negara yang akan semakin menurun, padahal pendapatan negara dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Tindakan manajerial yang dibuat dengan tujuan mengurangi beban pajak perusahaan dengan adanya aktivitas agresivitas pajak menjadikan karakteristik yang semakin sering diperlukan pada lingkungan perusahaan di seluruh dunia. Kegiatan agresivitas pajak termasuk jenis *socially irresponsible* sebab berpengaruh pada masyarakat luas, hal ini yang menjadi harapan masyarakat tidak sesuai dengan adanya kegiatan agresivitas sebab pembayaran pajak perusahaan mempunyai keterlibatan penting untuk pemodal barang publik seperti kesehatan masyarakat, pendidikan, pertahanan nasional maupun hukum.

Pada perusahaan yang melaksanakan kegiatan pajak agresif bisa mendapatkan resiko yang lebih besar daripada perusahaan yang tidak melaksanakan kegiatan pajak agresif. Resiko dari kegiatan pajak agresif yaitu berupa ancaman, sanksi atau denda, sampai resiko menurunnya harga saham dan reputasi perusahaan, apabila kegiatan agresivitas pajak tersebut diketahui menyimpang (melanggar hukum). selanjutnya bagi pemerintah, kegiatan dalam menghindari pajak secara agresif sudah pasti akan menyebabkan kerugian. Karena kegiatan tersebut memiliki kesempatan besar guna menurunkan pendapatan negara dari bidang pajak. Strategi yang akan dilaksanakan dalam bisnis perusahaan untuk waktu yang lama diantaranya adalah perusahaan bertanggung jawab atas sosial (CSR). *Corporate social responsibility* (CSR) merupakan suatu rancangan organisasi, terutama perusahaan ialah yang bertanggung jawab pada pegawai, pelanggan, komunitas, pemilik saham dan lingkungan yang berada di seluruh aspek operasional perusahaan seperti pada persoalan-persoalan yang berpengaruh pada lingkungan yaitu berupa pencemaran, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja.

Insentif pajak ialah ketetapan pemerintah yang dialokasikan untuk pribadi atau organisasi tertentu sampai penanam modal dari luar negeri yang mau memberikan dukungan pada pemerintah, dari bidang sosial, sampai observasi dan pengembangan, adanya kebijakan insentif supaya dapat meringankan dan memotivasi wajib pajak untuk taat pada pemenuhan kewajiban perpajakan di masa sekarang atau di masa depan dan tidak lagi dirasakan sebagai beban. Maksud dari Insentif pajak yaitu

pemberian insentif pajak atas CSR berupa *tax deduction* (menurunkan biaya pajak) atas beban CSR sesuai UU No. 36/2008 terkait pergantian ke-4 UU PPh dan PP No. 93 tahun 2010 serta PMK No. 76 tahun 2011. Observasi terdahulu terkait agresivitas pajak sudah diamati beberapa peneliti menggunakan variabel yang beda serta mempunyai hasil empiris yang beda pula. Seperti pada observasi yang dilaksanakan (Suprimarini & H, 2017) dengan variabel bebas CSR, kualitas audit, dan kepemilikan institusional menunjukkan hasil bahwa CSR mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak, kualitas audit mempunyai pengaruh positif terhadap agresivitas pajak, dan kepemilikan institusional tidak mempunyai pengaruh terhadap agresivitas pajak. Sedangkan observasi yang dilaksanakan oleh (Gunawan, 2017) terkait pengaruh CSR dan *Corporate Governance* terhadap Agresivitas Pajak, menyatakan hasil bahwa CSR mempunyai pengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, untuk hasil dari *Corporate Governace* tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

Pelaksanaan observasi dari (Kuriah & Asyik, 2016) menyatakan hasil CSR terdapat pengaruh signifikan dan negatif terhadap agresivitas pajak, yang dimaksud adalah bertambahnya peningkatan level pengakuan CSR pada perusahaan bisa mengalami penurunan yang terus bertambah pada level agresivitas perusahaan, skala perusahaan mempunyai dampak pada agresivitas pajak, yang dimaksud adalah perusahaan hendak memberikan besar kecilnya pengaruh pada level agresivitas pajak di setiap perusahaan, *leverage* mempunyai dampak yang signifikan pada agresivitas pajak dan *capital intensity* tidak terdapat dampak pada agresivitas pajak. Observasi lain oleh (Rengganis & Putri, 2018) menunjukkan hasil terkait pengakuan CSR terdapat dampak terhadap ETR, sedangkan dalam mengukur *corporate governance* menggunakan variabel komisaris independen, dewan direksi, sertakomite audit tidak mempunyai pengaruh pada ETR.

Peneliti (Goh, Nainggolan & Sagala, 2019) terkait pengaruh CSR, skala perusahaan, *leverage*, serta profitabilitas pada Agesivitas Pajak menemukan hasil CSR dan profitabilitas terdapat dampak pada agresivitas pajak sementara skala perusahaan dan *leverage* tidak terdapat dampak pada agresivitas pajak. Peneliti (Nina & Apollo, 2020) menunjukkan bahwa komite audit mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap agresivitas pajak, sementara komisaris independen dan CSR tidak dapat memengaruhi secara simultan dan parsial pada agresivitas pajak. Penelitian lain oleh (Zenuari & Mranani, 2021) memberikan bukti empiris bahwa CSR, skala perusahaan, *leverage*, profitabilitas, serta *capital intensity* tidak memiliki pengaruh pada agresivitas pajak.

## LANDASAN TEORI

### Teori Legitimasi

Menurut Tilling dalam (Yoehana, 2013) teori legitimasi ialah teori yang kerap kali disebutkan pada sektor akuntansi sosial dan lingkungan. Perusahaan yang memiliki kontrak sosial dengan masyarakat pada saat perusahaan berjalan termasuk dasar teori legitimasi. Menurut Arifin, dkk dalam (Mumtahanah & Septiani, 2017) teori legitimasi menerangkan bahwa setiap perusahaan terus mempunyai kontrak sosial dengan lingkungan sekelilingnya, baik lingkungan alam maupun lingkungan sosial. Hidayati dan Murni dalam (Yoehana, 2013) menunjukkan bahwa supaya dapat bertahan atas kesinambungan hidupnya, perusahaan perlu mengusahakan jenis legitimasi atau pengungkapan baik dari konsumen, investor, kreditor, pemerintah, serta masyarakat disekelilingnya.

### Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* mengungkapkan terkait perusahaan bertanggung jawab atas sosial yang mengharuskannya supaya bisa memikirkan kepentingan seluruh pihak yang mendapat pengaruh adanya tindakan dari perusahaan. Maksud dari penjelasan tersebut perusahaan fokus untuk memikirkan kepentingan, pengaruh dan kebutuhan dari pihak yang terlibat dengan kebijakan dan aktivitas kerja perusahaan, khususnya untuk mengambil keputusan perusahaan. *Stakeholder* pada hakikatnya bisa mengontrol atau mempunyai kemampuan dalam memberikan pengaruh pada penggunaan sumber ekonomi yang dimanfaatkan perusahaan. Berdasarkan teori *stakeholder* selain pemegang saham terdapat beberapa biro yang memiliki kepentingan pada kegiatan dan ketentuan perusahaan. Perusahaan harus melindungi legitimasi *stakeholder* dan didudukannya pada rangka mencapai kebijakan serta dalam mengambil putusan, oleh karena itu bisa mendukung dalam

mencapai maksud perusahaan, ialah usaha dan jaminan *going concern* Hadi dalam (Kuriah & Asyik, 2016).

### **Agresivitas Pajak**

Kegiatan agresivitas pajak, apabila kegiatan tersebut dilaksanakan dengan cara mengurangi total pajak yang ditanggung perusahaan, adalah sesuatu yang kerap kali terjadi pada setiap perusahaan besar sekarang ini. Agresivitas pajak adalah suatu keadaan dimana perusahaan melaksanakan kegiatan untuk ditekan atau dilebihkan total pajak pada saat perusahaan perlu membayar pajak. Perihal tersebut dilaksanakan hanya untuk kepentingan ekonomi dari manajemen perusahaan itu sendiri. Menurut Hlaing dalam (Suprimarini & H, 2017) berpendapat bahwa agresivitas pajak adalah kegiatan dalam membuat rencana pajak perusahaan supaya bisa meminimalisir level *effective tax rate* (ETR) perusahaan.

### **Corporate Social Responsibility**

Definisi dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu termasuk tindakan yang perlu dilakukan perusahaan dan berharap supaya aktivitas usaha yang dilakukannya bisa berjalan tanpa hambatan dan berkelanjutan. Kuriah & Asyik, (2016) menyatakan CSR yaitu cara untuk berdialog antara pengaruh sosial dan lingkungan dari aktivitas ekonomi organisasi terhadap kalangan tertentu yang memiliki keperluan kepada seluruh masyarakat. Sementara itu bisa diuraikan bahwa CSR adalah komitmen berkesinambungan dari perusahaan supaya mempunyai perilaku yang sesuai dengan norma, nilai, serta hukum yang berlaku juga bisa berpartisipasi pada pembangunan ekonomi yang berkesinambungan, juga menaikkan kualitas hidup pegawai dan keluarga pegawai, komunitas lokal, serta masyarakat disekelilingnya.

### **Insentif Pajak**

Insentif pajak yaitu suatu kebijakan dalam bidang pajak dengan diberikan keringanan untuk masing-masing pihak terlibat dengan maksud untuk peningkatan kemajuan nasional dalam melakukan investasi. Menurut Hidayat, Ompusunggu, & Suratno (2016) mengungkapkan bahwa insentif pajak terkait CSR sudah diberikan pemerintah. Yaitu diizinkan uangnya CSR untuk dimanfaatkan dalam mengurangi Penghasilan Kena Pajak (*tax base*). Adanya insentif pajak dari ketetapan pemerintah akan membuat Penghasilan Kena Pajak jadi lebih sedikit bagi organisasi yang melaksanakan kegiatan CSR, oleh karena itu banyaknya pajak akan menjadi lebih sedikit. Pasal 6 ayat (1) UU PPh dan PP No. 93/2010 yang mengatur tentang insentif pajak.

### **Hipotesis Penelitian**

#### **1. Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Agresivitas Pajak**

Observasi yang dilaksanakan oleh (Kuriah & Asyik, 2016) menguraikan hubungan antara CSR dengan agresivitas pajak, dalam observasi tersebut menyatakan CSR mempunyai pengaruh signifikan dan negatif terhadap agresivitas pajak. Maksud dari uraian tersebut adalah perusahaan benar-benar memakai dana CSR guna dalam mementingkan perusahaan dan masyarakat, sebenarnya tidak berencana dalam melaksanakan agresivitas pajak menggunakan dana yang diberikan sebagai program CSR. Dari hasil observasi menyatakan bahwa peningkatan yang terus bertambah pada level pengakuan CSR yang dilakukan, maka semakin menurun level dalam menghindari pajak. Oleh sebab itu, hipotesis observasi ini yaitu sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: Pengungkapan CSR memiliki pengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

#### **2. Pengaruh Insentif Pajak terhadap hubungan Pengungkapan CSR terhadap Agresivitas Pajak**

Insentif pajak yaitu kebijakan dalam bidang pajak yang memberikan keringanan supaya masing-masing pihak yang terkait dengan maksud supaya ada peningkatan kemajuan nasional dalam melakukan investasi. Pada konteks Indonesia masih sedikit observasi yang dilaksanakan mengenai CSR dan agresivitas pajak, terutama apabila menghubungkan insentif pajak terkait CSR yang terdapat pada UU No. 36/2008 terkait Pergantian Keempat UU PPh dan PP No 93. Ialah dengan memberikan insentif pajak terkait dana yang dikeluarkan untuk CSR berupa *tax deduction* (diizinkan perusahaan mengeluarkan dana terkait CSR pada penghitungan Ph KP), oleh karena itu PPh yang terutang semakin sedikit. Pada ketetapan pasal 6 ayat 1 huruf i,j,k,l dan m UU PPh

juga PP Nomor 93/2010 yaitu mengizinkan CSR untuk pengeluaran secara fiskal (*deductible expense*), sehingga dapat menurunkan level dalam menghindari agresivitas pajak. Diizinkannya CSR tertentu *deductible expense*, perusahaan bakal mendapatkan tax yaitu berupa penurunan beban pajak dan tidak harus mengakali biaya yang dikeluarkannya guna kegiatan CSRnya ke pos biaya lain yaitu termasuk kegiatan agresivitas pajak. Menurut keterangan tersebut, dapat dirumuskan hipotesis seperti dibawah ini:

H<sub>2</sub>: Insentif Pajak mempunyai pengaruh positif (memperkuat) hubungan pengungkapan CSR dengan agresivitas pajak.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis observasi menggunakan observasi (penelitian) kuantitatif. Jenis observasi kuantitatif ialah observasi yang menganalisa data yang mempunyai bentuk angka dan setiap data sekunder.

### Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

#### Variabel Variabel Dependen

Untuk melakukan observasi ini memakai variabel terikat yaitu agresivitas pajak. Agresivitas pajak ialah harapan perusahaan supaya dapat menurunkan tanggungan pajak dengan membayar secara ilegal, legal atau bisa keduanya. Observasi ini mengukur agresivitas pajak pada proksi ETR dengan cara menghitung menggunakan rumus dibawah ini:

$$ETR = \frac{\text{Beban PPh}}{\text{Laba Sebelum Pajak}} \times 100\%$$

#### Variabel Independen

Pada observasi ini variabel bebas ialah CSR yang diprosikan ke dalam pengakuan CSR. Dalam mengukur dilaksanakan dan dicocokkannya item yang ada di *check list* beserta item yang dinyatakan perusahaan. Jika item u dinyatakan dapat nilai 1, jika item y tidak dinyatakan dapat nilai 0 yang ada di *check list*. mengenai rumus guna menghitung pengungkapan CSR sebagai berikut:

$$CSR_{i} = \frac{\sum X_{yi}}{n_i}$$

#### Variabel Pemoderasi

Pada observasi ini, yang menjadi variabel pemoderasi yaitu insentif pajak yang memiliki fungsi untuk variabel moderating murni (*pure moderating*). Ketika CSR memenuhi syarat yang dibebankan secara juridis fiskal, dari itu perusahaan bisa memberikan beban CSR secara fiskal. Akan hal tersebut perusahaan sudah mendapatkan insentif pajak. Apabila CSR tidak memenuhi syarat yang dibebankan secara fiskal, maka perusahaan tidak mendapatkan insentif pajak. Akan hal tersebut dalam mengukur insentif pajak memiliki sifat kategorik (kualitatif) yang bisa menyesuaikan dngdasar juridis fiskal. Dalam observasi ini, menghitung insentif pajak dapat memakai variabel *dummy*; dimana golongan satu bagi perusahaan yang mendapatkan insentif pajak berupa CSR yang dibebankan secara fiskal dan golongan nol bagi perusahaan yang tidak mendapatkan insentif pajak CSR tidak dibebankan secara fiskal.

#### Populasi dan Sampling Penelitian

Populasi pada observasi ini ialah setiap perusahaan industri barang yang dapat dikonsumsi sudah terdaftar pada BEI ialah diperoleh dengan jumlah 64 perusahaan. Sementara untuk menentukan sampel dikerjakan memakai teknik *purposive sampling* yang menyesuaikan pada standar tertentu. Sesuai dari standar tersebut, maka perusahaan industri barang yang dapat dikonsumsi yang akan dijadikan sampel dalam observasi ini yaitu sebanyak 34 perusahaan.

#### Jenis dan sumber Data

Pada observasi ini, memakai jenis data yaitu berupa data kuantitatif. Sementara itu observasi ini memakai sumber data yaitu berupa data sekunder, pada kurun waktu 2017-2019 laporan hasil

keuangan tahunan perusahaan manufaktur yang *listing* di BEI didapat di [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) yang sudah ada dokumentasinya serta dari sumber lainnya yang berhubungan.

### Metode Pengumpulan Data

- 1) Teknik studi pustaka  
Dapat dilakukannya pengamatan pustaka, mencari dan dikaji dengan berbagai literatur pustaka bisa dengan menggunakan jurnal, buku, persoalan, serta sumber lain yang berhubungan pada observasi.
- 2) Dokumentasi  
Dapat disatukannya informasi caranya yaitumelakukan pencatatan dokumentasi yang berkaitan pada observasi ini. Dalam mencatat informasi yang berkaitan pada variabel yang diamati.

### Metode Analisis Data

#### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Pada analisa statistik deskriptif terdapat gambaran distribusi dari nilai mean, standar deviasi, nilai maksimal dan minimal terkait pada masing-masing variabel observasi, yaitu agresivitas pajak (ETR), pengungkapan CSR, dan variabel pemoderasi berupa insentif pajak.

#### 2. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

Dalam melaksanakan uji normalitas yaitu supaya dapat diketahui data berdistribusi normal atau tidak. Terdapat distribusi data normal atau menuju normal itu termasuk model regresi yang baik. Uji normalitas bisa dikerjakan dengan dilihat dari penyebarannya data pada sumbu diagonal dari grafik atau bisa dilihat dari histogram residualnya. Dalam mengambil keputusan distribusi data yaitu:

- a) Jika nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* < 0,05, H dapat disimpulkan data residual terdistribusi tidak normal.
- b) Jika nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* > 0,05, H dapat disimpulkan data terdistribusi normal.

##### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas memiliki tujuan guna melakukan pengujian supaya dapat diketahui model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas. Tidak terjadi kolerasi diantara variabel bebas itu adalah model regresi yang baik. Supaya dapat terdeteksi terdapat atau tidak terdapatnya multikolinearitas pada model regresi yaitu:

1. Pada estimasi model regresi empiris yang tertinggi hasilnya yaitu Nilai  $R^2$ , walaupun secara parsial setiap variabel bebas banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
2. Menganalisa korelasi setiap variabel bebas. Apabila antar variabel bebas ditemukan adanya korelasi yang lumayan tinggi (umumnya > 0,90), perihal tersebut adalah adanya gejala multikolinearitas.
3. Untuk mengehtahui hasil multikolinearitas bisa melihat nilai pada *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Pada dua ukuran ini membuktikan bahwa pada masing-masing variabel bebas menjadi variabel dependen dan diregresi terhadap variabel bebas lainnya. Nilai *cutoff* yang sering digunakan guna membuktikan adanya multikolinearitas yaitu nilai Tolerance  $\leq 0,1$  atau sama dengan nilai VIF  $\geq 10$ .

##### c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi memiliki tujuan untuk melakukan pengujian suapaya dapat diketahui pada model regresi linier apakah terjadi korelasi antara kesalahan pengganggu pada waktu tertentu dengan kesalahan pengganggu pada waktu dahulu. Regresi yang tidak ada autokorelasi ialah model regresi yang baik. Untuk menguji ini akan memakai uji Durbin-Watson (DW test) dengan syarat terdapat konstanta (*intercept*) pada model regresi dan tidak ada variabel lagi diantara variabel bebas (Ghozali, dalam Yoehana, 2013). Metode dalam menguji Durbin-Watson yaitu:

1. Melakukan perumusan hipotesis:  
Ho : tidak terdapat autokorelasi ( $r = 0$ )  
Ha : terdapat autokorelasi ( $r \neq 0$ )
2. Melakukan penentuan nilai d hitung (DW test)

3. Pada ukuran sampel tertentu dan banyaknya variabel bebas, melakukan penentuan nilai batasatas ( $d_u$ ) dan batas bawah ( $d_l$ ) pada tabel.
4. Dapat diambil keputusan dengan standar seperti dibawah ini::
  - a) Apabila  $0 < d < d_l$ ,  $H_0$  ditolak artinya didapati autokorelasi positif.
  - b) Apabila  $d_l \leq d \leq d_u$ , daerah tanpa keputusan (*gray area*), artinya uji tidak bisa disimpulkan.
  - c) Apabila  $d_u < d < 4 - d_u$ ,  $H_0$  tidak ditolak artinya tidak terdapat autokorelasi.
  - d) Apabila  $4 - d_u \leq d \leq 4 - d_l$ , daerah tanpa keputusan (*gray area*), artinya uji tidak bisadisimpulkan.
  - e) Apabila  $4 - d_l < d < 4$ ,  $H_0$  ditolak artinya ada autokorelasi positif.

#### d. Uji Heteroskedastisitas

Maksud dari uji heteroskedastisitas guna melakukan pengujian supaya dapat diketahui pada model regresi apakah mengalami perbedaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Homoskedastisitas adalah apabila *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, dan yang tidak terjadi heteroskedastisitas (homokedastisitas) adalah model regresi yang baik. Ada 2 cara dalam melakukan pengujian heteroskedastisitas dalam *variance error terms* untuk model regresi. Pada observasi bakal dipakai teknik *chart* (diagram *scatterplot*) melalui dasar Analisa seperti dibawah ini:

1. Jika diperoleh pola tertentu, berupa banyaknya titik yang bentuknya pola tertentu yang tertata (gelombang, lebar, setelah itu mejadi sempit), dapat diindikasikan sudah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika diperoleh pola yang jelas, dan banyaknya titik yang tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, dapat dinyatakan tidak terjadinya heteroskedastisitas.

### 3. Pengujian Hipotesis

#### a. Analisis Regresi Berganda

Model analisa data yang dipakai guna melakukan pengujian hipotesis pada observasi ini yaitu model regresi linier berganda. Supaya dapat melakaukan pengujian hubungan Antara variabel bebas dan variabel terikat pada hubungan itu ditemukan faktor yang memperkuat maupun memperlemah (variabel moderasi) dalam menguji memakai uji moderated regression analysis (MRA). Model observasi ini yaitu:

$$ETR = \alpha + \beta_1 CSR + \beta_2 CSR*TI + \varepsilon$$

Penjelasan:

ETR : *Effective Tax Rate*

CSR : *Corporate Social Responsibility*

TI : *Tax Incentive*

CSR\*TI : interaksi Antara

CSR dan TI  $\alpha$  : Konstanta

$\beta_1, \beta_2$  : Koefisien regresi

$\varepsilon$  : Koefisien *error* dalam model

#### b. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Dalam menguji statistik t dipakai supaya bisa diketahui seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas maupun variabel moderasi dengan variabel terikat pada model regresi. Tahap-tahap dalam menguji yaitu:

1. Melakukan penentuan hipotesis  $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$   
 $H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$
2. ditetapkan level signifikan yang dipakai adalah 0,05.
3. Melakukan penghitungan nilai signifikan dengan memakai SPSS.
4. Menganalisa data observasi sudah dilakukan pengolahan dengan standar dalam menguji yaitut:
  - a.  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima ialah apabila nilai signifikan dibawah dari level signifikan

0,05 artinya variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.

- b.  $H_0$  tidak ditolak,  $H_a$  tidak diterima ialah apabila nilai signifikan diatas dari level signifikan 0,05 artinya variabel bebas secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 1. Analisis Statistil Deskriptif

Observasi ini terdapat analisa deskriptif yang penguraianya ialah dengan menerangkan deskripsi data dari semua variabel yang hendak memasukkan pada model observasi. Berikut penjelasannya bisa dilihat dibawah ini:

	N	Minimal	Maximal	Mean	Std. Deviation
ETR	102	,039	2,202	,30479	,265232
CSR	102	,038	,397	,17375	,072214
TI	102	1	1	1,00	,000
Valid N (listwise)	102				

Berdasarkan Tabel diatas membuktikan bahwa total sampel atau N data valid yang hendak diamati yaitu 102 sampel. Dari hasil melakukan uji statistik deskriptif menyatakan nilai ETR minimal yaitu 0,039 dan nilai ETR maksimal 2,202. Sedangkan mean dan standar deviasi dari ETR yaitu 0,30479 dan 0,265232. Terdapat nilai CSR minimal yaitu 0,038 dan nilai CSR maksimal 0,397. Sedangkan mean dan standar deviasi CSR yaitu 0,17375 dan 0,072214. Terdapat nilai TI minimal yaitu 1 dan nilai TI maksimal adalah 1. Sementara mean dan standar deviasi dari TI yaitu 1,00 dan 0,000.

### 2. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali dalam Damanik (2017) dasar dalam mengambil keputusan ialah dapat dilihat dari angka probabilitas  $p$ , dengan ketentuan yaitu. Apabila nilai probabilitas  $p \geq 0,05$ , maka asumsi normalitas memenuhi. Apabila probabilitas  $< 0,05$ , maka asumsi normalitas tidak memenuhi.

		Unstandardized Residual
N		74
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	-,0530974
	Std. Deviation	,01767950
Most Extreme Differences	Absolute	,082
	Positive	,082
	Negative	-,062
Kolmogorov-Smirnov Z		,703
Asymp. Sig. (2-tailed)		,706

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Output SPSS 21 (data diolah,2021)

Dalam melaksanakan uji normalitas dapat dilihat nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Untuk mengerjakan pengujian K-S dapat dilihat dari nilai probabilitasnya, dengan ketentuan apabila nilai probabilitasnya  $\geq 0,05$  bisa dinyatakan residual mempunyai distribusi normal. Apabila

nilai probabilitasnya  $\leq 0,05$  bisa dinyatakan residual mempunyai distribusi tidak normal. Berdasarkan data tabel bisa mengetahui nilai signifikansi *Asymp. Sig (2-tailed)* sebanyak 0,706. Sebab nilai signifikansi lebih banyak dari 0,05 ( $0,706 \geq 0,05$ ), maka nilai residual itu bisa dinyatakan mempunyai distribusi normal dan terpenuhinya asumsi normalitas.

#### b. Uji Multikolinearitas

Dalam observasi ini ketika melakukan uji multikolinearitas dapat dilihat dengan nilai VIF pada model regresi. Apabila nilai VIF melebihi 10, bisa dinyatakan variabel itu mempunyai multikolinearitas tertinggi (Ghozali dalam Damanik, 2017). Dari hasil pengujian multikolinearitas bisa dilihat pada tabel berikut:

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant) CSR	1,000	1,000

a. Dependent Variable: ETR

Dari tabel diatas bisa diketahui nilai VIF sebanyak 1,000, dan nilai tersebut tidak melebihi 10 maka bisa menyimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

#### c. Uji Autokorelasi

Dalam melakukan uji autokorelasi pada observasi ini memakai uji DW test. Berikut adalah hasil dari uji DW test:

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,287 <sup>a</sup>	,083	,070	,016039	1,861

a. Predictors: (Constant), CSR

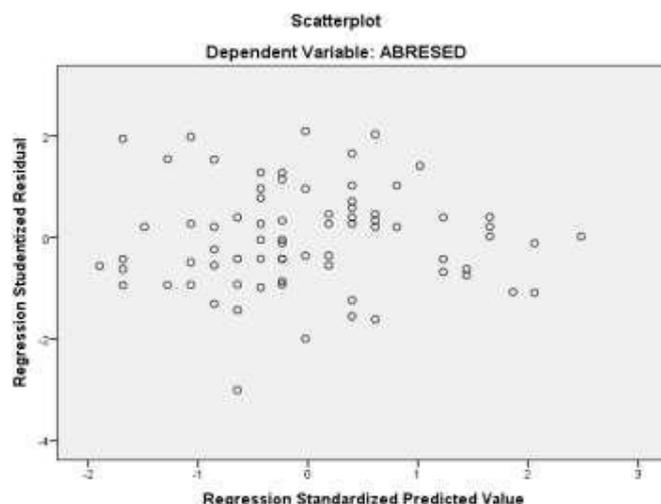
b. Dependent Variable: ETR

Sumber: Output SPSS 21 (data diolah, 2021)

Dari tabel tersebut, bisa mengetahui nilai Durbin-Watson ialah 1,861. Nilai D-W tersebut terdapat pada rentang  $D_u = 1,7175$  sampai  $4 - D_u = 2,2825$ , seperti halnya yang sudah ditentukan pada batasan autokorelasi dengan uji D-W yaitu  $du \leq d \leq 4 - du$  ( $1,7175 < 1,861 < 2,2825$ ) perihal tersebut membuktikan tidak adanya autokorelasi.

#### d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berfungsi guna melakukan pengujian supaya dapat diketahui pada model regresi mengalami persamaan variabel dari residual pada suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Tidak ditemukan adanya heteroskedastisitas termasuk model regresi yang baik. Model untuk melakukan uji heteroskedastisitas pada observasi ini ialah *scatter plot*.



Sumber: Output SPSS 21 (data diolah,2021)

Dalam melakukan pengujian heteroskedastisitas dapat terdeteksi terdapat atau tidak terdapatnya heteroskedastisitas dengan cara dilihat terdapat atau tidak terdapatnya pola tertentu pada grafik *scatter plot*. Apabila diperoleh pola tertentu dari banyaknya titik yang terdapat bentuk pola yang tertata, maka mengindikasikan sudah terjadi autokorelasi, begitupun sebaliknya. Berdasarkan gambar diatas, tidak terdapat pola yang begitu jelas dan banyaknya titik yang tersebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

**3. Uji Hipotesis**

**a. Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisa regresi berganda berfungsi guna mengetahui pengaruh Pengakuan CSR terhadap agresivitas pajak (ETR) dengan moderasi insentif pajak (TI). Dalam menghitung Analisa regresi linier berganda mengerjakannya dengan dibantu program SPSS versi 21. Dari hasil analisa tersebut disediakan data seperti dibawah ini:

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,244	,009		26,321	,000
CSR	,078	,031	,287	2,547	,013
CSR*TI	,075	,031	,278	2,450	,017

a. Dependent Variable: ETR

Sumber: Output SPSS 21(data diolah,2021)

Menurut hasil pengolahan data melalui *moderatet regression analysis* (MRA) maka persamaan regresi yang dihasilkan yaitu:

$$ETR = \alpha + \beta_1 CSR + \beta_2 CSR*TI + \epsilon$$

$$ETR = 0,244 + 0,078 CSR + 0,075 CSR*TI + \epsilon$$

Persamaan moderatet regression analysis di atas bisa diuraikan seperti dibawah ini:

1. Nilai konstanta dpada model regresi ini sebanyak 0,244. Nilai tersebut menyatakan bahwa apabila variabel pengakuan CSR dan insentif pajak sama dengan 0, maka nilai agresivitas pajak sebanyak 0,244.
2. Nilai koefisien regresi variabel pengakuan CSR pada model regresi ini sebanyak 0,078. Nilai tersebut menyatakan bahwa apabila CSR mengalami kenaikan sebanyak satu satuan, maka bisa berpengaruh pada peningkatan agresivitas pajak sebanyak 0,078 satuan dengan asumsi variabel lain sama dengan 0.
3. Nilai koefisien regresi variabel moderasi pengungkapan CSR dengan insentif pajak sebesar 0,075. Nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap interaksi CSR dan insentif pajak mengalami kenaikan senilai satu satuan, maka bisa berdampak pada peningkatan agresivitas pajak sebanyak 0,075 satuan.

**b. Uji Signifikansi Parsial (Uji T)**

Hakikatnya uji t bermaksud agar bisa diketahui secara parsial pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Derajat signifikansi yang dipakai yaitu 0,05. Jika nilai signifikansi tambah sedikit dari derajat kepercayaan maka hipotesis alternatif bisa diterima yang artinya satu variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat. Kriteria pada uji parsial (uji t) yaitu :

- a. Apabila signifikansi  $> 0,05$  dapat dinyatakan  $H_0$  diterima  
Apabila level signifikansi tambah banyak dari 0,05 (5%) bisa dinyatakan yang mengajukan hipotesis ditolak atau dinyatakan tidak signifikan ( $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima). Berarti secara individual variabel bebas (X) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y) = hipotesis ditolak.
- b. Apabila signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak  
Apabila level signifikansi tambah sedikit dari 0,05 (5%) dapat dinyatakan yang mengajukan hipotesis diterima atau dinyatakan signifikan ( $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak). Berarti secara individual variabel bebas (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y) = hipotesis diterima. Dari hasil analisa uji t bisa diketahui pada tabel 4.7 yaitu:

TABEL 4.7  
**HASIL UJI PARSIAL (UJI T)**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,244	,009		26,321	,000
CSR	,078	,031	,287	2,547	,013
CSR*TI	,075	,031	,278	2,450	,017

a. Dependent Variable: ETR

Sumber: Output SPSS 21 (data diolah, 2021)

Menurut tabel 4.7 terdapat hasil dari uji hipotesis variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat bisa dianalisa sebagai berikut:

**a. Uji hipotesis pengaruh pengungkapan CSR terhadap agresivitas pajak**

Dari hasil menghitung uji t terdapat nilai  $t_{hitung}$  pengakuan CSR sebanyak 2,547 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,993 ( $2,547 > 1,993$ ) dengan signifikansi 0,013. Nilai signifikansi lebih sedikit dari 0,05 ( $0,013 < 0,05$ ), maka bisa dinyatakan bahwa pengungkapan CSR memiliki pengaruh positif signifikan terhadap ETR. Bertambahnya peningkatan nilai CSR bisa bertambah pula peningkatan nilai ETR, nilai ETR yang bertambah meningkat dinyatakan level agresivitas pajak tambah menurun. Dari hasil uji t dan uraian tersebut dapat ditarik simpulan bahwa pengakuan CSR terdapat pengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak. artinya hipotesis yang diajukan diterima.

**b. Uji hipotesis pengaruh moderasi insentif pajak terhadap hubungan CSR terhadap agresivitas pajak**

Dari hasil menghitung uji t terdapat nilai  $t_{hitung}$  insentif pajak terhadap hubungan pengungkapan CSR dan agresivitas pajak ialah sebanyak 2,450 lebih banyak dari  $t_{tabel}$  1,993 ( $2,450 > 1,993$ ) dengan signifikansi 0,017. Nilai signifikansi lebih sedikit dari 0,05 ( $0,017 < 0,05$ ). Sesuai pada angka itu menunjukkan bahwa variabel moderating (insentif pajak) berpengaruh untuk memperkuat hubungan antara pengungkapan CSR dengan agresivitas pajak, maka bisa dikatakan bahwa moderasi insentif pajak mempunyai pengaruh signifikan terhadap hubungan pengungkapan CSR dengan agresivitas pajak. Artinya hipotesis yang diajukan diterima

## PEMBAHASAN

### a. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Reesponsibility* terhadap Agresivitas Pajak

Menurut hasil observasi diketahui bahwa dengan bertambahnya peningkatan nilai CSR bisa juga bertambah meningkat nilai ETR, nilai ETR yang bertambah meningkat menyatakan level agresivitas pajak yang menurun. Diperoleh hasil dari penjelasan tersebut bahwa bertambah meningkat perusahaan mengerjakan tindakan CSR, maka bertambah meningkat rasa bertanggung jawabnya ketika melakukan kewajiban perpajakan. Sementara itu, semakin meningkat CSR perusahaan maka tambah menurun agresivitas pajaknya. Dari hasil observasi ini disampaikan bahwa kegiatan CSR perusahaan dilakukan sebagai upaya untuk mendapatkan legitimasi masyarakat sanggup memperkuat teori legitimasi. Dari hasil observasi ini menunjukkan bahwa kegiatan CSR dan untuk memenuhi kewajiban pajak perusahaan termasuk bentuk tanggung jawab kepada *stakeholder* juga sanggup memperkuat teori *stakeholder*. Dari hasil observasi ini sama dengan observasi yang dikerjakan Lanis & Richardson (2013), Yoehana (2013), Suprimarini & H (2017) dan Kuriah & Asyik (2016) ditemukan bahwa pelaksanaan CSR perusahaan akan mengurangi level agresivitas pajak perusahaan.

### b. Pengaruh Insentif Pajak dalam hubungan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak

Dalam melakukan pengujian hipotesis memperoleh hasil yaitu menyatakan bahwa insentif pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap hubungan antara pengungkapan CSR dengan agresivitas pajak. Sementara itu, bertambahnya peningkatan pengakuan CSR maka tambah menurun agresivitas pajak, khususnya ketika perusahaan mendapat manfaat insentif pajak dari pemerintah berikan yaitu *tax deduction* atas CSR. Diperoleh dari hasil observasi bahwa pajak dan CSR merupakan *cost of doing business*. Oleh karena itu, perusahaan bakal melakukan usaha membuat rencana untuk pajak dan CSR menjadi efisien dan kemungkinan yang bisa dipilih hanya satu. Pemberlakuan yang ada terkait insentif pajak tersebut, bisa meringankan beban perusahaan, yang dimaksud adalah beban pajak. Insentif meringankan pajak tersebut bisa memotivasi semakin besar lagi dorongan untuk aktivitas penelitian, pendidikan dan pertumbuhan prasarana sosial dan lain sebagainya. Insentif pajak terkait CSR bisa membuat perusahaan terhindar dari cara mengakali dana CSR supaya bisa diturunkan dari pendapatan bruto yaitu dengan membuat laporan untuk dana lainnya (Hidayat, Ompusunggu, & Suratno, 2016). Hasil uji dari observasi tersebut menyatakan tentang insentif pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap hubungan antara CSR dengan agresivitas pajak, bertambah meningkat pengakuan CSR maka tambah menurun agresivitas pajak, khususnya ketika pemerintah memberikan manfaat insentif pajak yaitu *tax deduction* atas CSR kepada perusahaan yang dinyatakan dorongan terhadap hipotesis penelitian.

## KESIMPULAN

Menurut dari pengumpulan data dan hasil uji yang diperoleh yang sudah dilaksanakan, maka bisa disimpulkan, yaitu:

1. Dari hasil menguji pengaruh pengungkapan CSR terhadap agresivitas pajak menyatakan CSR memiliki pengaruh positif signifikan terhadap ETR, dengan hasil statistik  $t$  hitung lebih banyak dari  $t$  tabel ( $2,547 > 1,993$ ) dengan signifikansi lebih sedikit dari 0,05 ( $0,013 < 0,05$ ). Semakin meningkat nilai CSR bisa bertambah meningkat pula nilai ETR, nilai ETR yang meningkat menyatakan level agresivitas pajak yang menurun. Dapat ditarik kesimpulan terkait bertambahnya peningkatan CSR bisa tambah menurun pula agresivitas pajak. CSR memiliki pengaruh negatif terhadap agresivitas pajak, sehingga  $H_1$  diterima. Observasi ini memperoleh hasil yang didukung oleh observasi (Suprimarini & H, 2017) dan penelitian (Kuriah & Asyik, 2016).
2. Dari hasil menguji pengaruh insentif pajak terhadap hubungan CSR dengan agresivitas pajak. Insentif pajak ialah berupa *tax deduction*, dengan memakai MRA, insentif pajak digunakan supaya *variabel moderating* perkuat hubungan antara CSR dengan agresivitas pajak, dengan hasil statistik  $t$  hitung tambah banyak dari  $t$  tabel ( $2,450 > 1,993$ ) dengan nilai signifikansi lebih sedikit dari 0,05 ( $0,017 < 0,05$ ). Semakin meningkat pengakuan CSR maka semakin menurun agresivitas pajak, khususnya ketika pemerintah memberikan manfaat insentif pajak yaitu *tax deduction* atas CSR kepada perusahaan. Adanya insentif pajak terkait beban pada CSR dapat dinyatakan perusahaan bakal mendapatkan pembayaran pajak yang lebih hemat.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Damanik, F. C. (2017). *Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility dengan Dewan Komisaris sebagai Variabel Pemoderasi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara Medan.
- Goh, T. S. . N. J. . & S. E. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Methodist*, 83–96.
- Gunawan, J. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Corporate Governance terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 425–436.
- Hidayat, K. . O. A. P. . & S. H. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak dengan Insentif Pajak sebagai Pemoderasi (Studi Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi*, 39–58.
- Kuriah, H. L. . & A. N. F. (2016). Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas pajak. *Jurnal Ilmu Riset Akuntansi*, 1–19.
- Lanis, R. . & G. . R. (2013). Corporate Social Responsibility and Tax Agresiviness: A Test of Legitimacy Theory. *Accounting Auditing and Accounting Journal*, 75–100.
- Mumtahanah, S. N. . & S. A. (2017). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak dengan Moderasi Kepemilikan Saham oleh Keluarga. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 1–13.
- Nina, M. . & A. (2020). Pengaruh Komisaris Independen, Komite Audit dan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2716– 3768.
- Rengganis, R. M. . & P. I. A. (2018). Pengaruh Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 871–898.
- Suprimarini, N. D. . & H. B. S. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Kualitas Audit, dan Kepemilikan Institusional Pada Agresivitas Pajak. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, , 1349– 1377.
- Yoehana, M. (2013). *Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak*. Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro Semarang.
- Zenuari, I. . & M. M. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak (Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2019). *Business and Economic Conference in Utilization of Modern Technology*, 187-206.