

Pengaruh Agresivitas Pajak dan Kepemilikan Manajerial Terhadap *Corporate Social Responsibility* dalam Mewujudkan *Sustainable Development Goals*

Eko Purwanto¹

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis – Universitas Informatika
dan Bisnis Indonesia

(Jl. Soekarno Hatta No. 643, Kota Bandung)

ekopurwanto@unibi.ac.id

Antonius Bimo Rentor²

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis – Universitas Informatika
dan Bisnis Indonesia

(Jl. Soekarno Hatta No. 643, Kota Bandung)

Mega Nuraini Hadi³

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis – Universitas Informatika
dan Bisnis Indonesia

(Jl. Soekarno Hatta No. 643, Kota Bandung)

Abstract

Since the urgent demand of SDGs entails Indonesian development agenda, it is essential for companies to proactively concern the thematic issues of human, nature, and technology harmonization and stability. To achieve this goal, this study aims to provide a portrait of variables affecting the Corporate Social Responsibility (CSR) discovery in pharmaceutical companies listed on Indonesia Stock Exchange (IDX) from 2016 to 2020 in realizing Sustainable Development Goals (SDGs). For this purpose, CSR discovery is the dependent variable while tax aggressiveness and managerial ownership are the independent factors. The pharmaceutical companies that listed in IDX between 2016 and 2020 make up the population. Thus, the secondary data for this study is the financial reports of 10 pharmaceutical firms that were obtained from the official IDX website using the purposive sampling method. To assess the data, classic assumption test, multiple linear regression coefficient test, determination test, correlation test and hypothesis testing were used. Results showed that tax aggressiveness and managerial ownership both influence CSR discovery. To sum up, tax aggressiveness and managerial ownership in the IDX-listed pharmaceutical companies in the 2016-2020 period have an impact on CSR discovery.

Keywords: Tax Aggressiveness, Managerial Ownership, Corporate Social Responsibility (CSR)

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menawarkan gambaran tentang variabel-variabel yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia antara tahun 2016 dan 2020 dalam mewujudkan *Sustainable Development Goals* (SDGs). Pengungkapan CSR adalah variabel dependen dalam penelitian ini, dan faktor independennya adalah agresivitas pajak dan kepemilikan manajerial. Sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2016 hingga 2020 adalah populasi dalam penelitian ini.

Data sekunder berupa laporan keuangan yang dikumpulkan dari *website* resmi Bursa Efek Indonesia digunakan dalam penelitian ini, dengan sampel 10 perusahaan yang dipilih berdasarkan kriteria. Tes asumsi klasik, uji koefisien regresi linier berganda, uji determinasi, uji korelasi, dan pengujian hipotesis digunakan dalam pengujian data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel agresivitas pajak mempengaruhi pengungkapan CSR. Variabel kepemilikan manajerial berdampak pada pengungkapan CSR. Untuk periode 2016-2020, agresivitas pajak dan kepemilikan manajerial berpengaruh pada pengungkapan CSR di perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Kata Kunci: Agresivitas Pajak, Kepemilikan Manajerial, *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pendahuluan

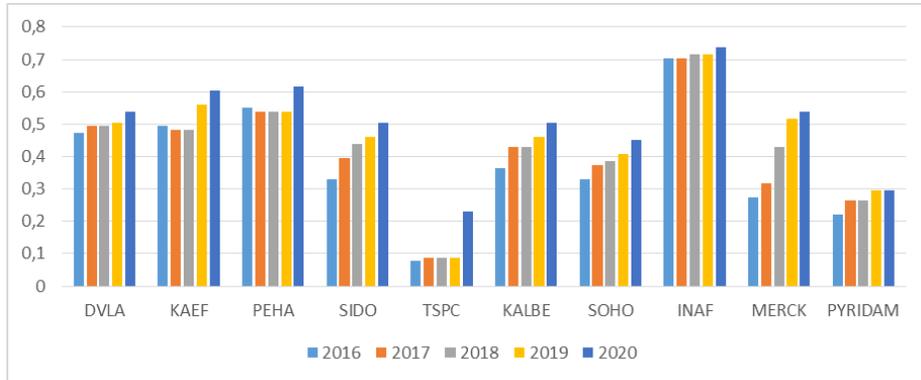
Latar belakang penelitian ini tidak terlepas dari *Sustainable Development Goals* (SDGs) yang belakangan mulai akrab didengar. Hal ini dicanangkan oleh PBB pada tahun 2015 dan ditujukan bukan hanya untuk negara maju tapi untuk seluruh negara di dunia. Tujuan dari gagasan ini adalah agar semua negara bebas dari kemiskinan, mengurangi ketimpangan, dan melindungi lingkungan pada tahun 2030. Beberapa negara, termasuk Indonesia, senang dengan hal ini. Di Indonesia, pelaksanaan SDGs dikendalikan oleh Keputusan Presiden Nomor 59 Tahun 2017, yang penerapannya sering terlihat tumpang tindih dengan CSR.

Corporate Social Responsibility (CSR) menjadi model bisnis yang membantu perusahaan untuk bertanggung jawab bukan hanya kepada pemangku kepentingan tetapi juga kepada lingkungan. Tidak bisa dipungkiri dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, perusahaan bisa jadi

melakukan berbagai tindakan yang berisiko untuk lingkungan dan kondisi alam.

Dengan adanya CSR ini, diharapkan Perusahaan dapat lebih memperhatikan lingkungan dengan tujuan menciptakan harmoni yang baik dengan alam demi keberlanjutan dan kestabilan ekosistem yang ada.

Salah satu sektor yang memiliki risiko permasalahan CSR adalah sektor farmasi. Sektor farmasi bergantung pada bahan kimia yang memiliki efek lingkungan yang substansial. Perusahaan dan masyarakat mendorong semua sektor industri, termasuk pemerintahan, investor, pencinta lingkungan, dan masyarakat lokal untuk terus berjuang demi keunggulan dalam pengelolaan berkelanjutan. Selain itu, pandemi Covid-19 di seluruh dunia memberikan tekanan pada bisnis farmasi untuk berinovasi dan menjadi lebih sadar ekologis.



Grafik 1
Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perusahaan Farmasi
Sumber : Data diolah penulis (2021)

Grafik 1 menunjukkan bagaimana 10 perusahaan di BEI berbicara tentang CSR dalam laporan tahunan mereka dari 2016 hingga 2020. Dari informasi ini, kita dapat melihat bahwa rata-rata jumlah pengungkapan CSR adalah 45 persen. Jumlah informasi paling sedikit diberikan oleh perusahaan TSPC dan PYRIDAM, yang implementasinya masih kurang dari 30 persen. Perusahaan INAF memberikan informasi terbanyak pada tahun 2020, sebesar 73 persen. Berdasarkan grafik tersebut, dapat diketahui permasalahan pengungkapan CSR pada perusahaan farmasi belum 100 persen dan seharusnya dapat disempurnakan lagi. Penerapan CSR di perusahaan dapat meliputi bantuan sosial, pembangunan fasilitas publik, rehabilitasi alam dan sebagainya. Penyelenggaraan kegiatan tersebut tentunya dapat menjadi pengurang penghasilan bruto perusahaan dan secara otomatis juga akan mengurangi pajak terutang perusahaan dalam periode tertentu.

Sekilas hal ini sejalan dengan tujuan utama perusahaan yaitu maksimalisasi laba dan minimalisasi biaya, termasuk biaya pajak. Akan tetapi yang menjadi dilema adalah konsep agresivitas pajak yang membuat perusahaan sering mengambil sikap keras terhadap pajak. Agresivitas pajak adalah tindakan

menemukan cara untuk mendapatkan penghasilan kena pajak seminimal mungkin, apakah itu legal atau tidak. Keuntungan dari diterapkannya agresivitas pajak adalah penghematan pajak terutang perusahaan pada periode tertentu. Hal ini juga berkaitan dengan mekanisme bonus/kompensasi kepada pihak manajerial karena dapat memaksimalkan laba bersih perusahaan. Tindakan agresivitas pajak jika dilihat lebih lanjut juga berkaitan dengan kepemilikan manajerial atas saham perusahaan. Dengan kata lain, agresivitas pajak akan semakin berpeluang terjadi jika pihak manajerial memiliki sebagian saham perusahaan.

Penelitian yang dilakukan Wardhani dan Muid (2017) menyebutkan Agresivitas Pajak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*, sedangkan Yuniarti dan Astuti (2021) menyebutkan Agresivitas Pajak tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*. Penelitian Ardianti dkk. (2019) menyatakan kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* sedangkan penelitian yang dilakukan Sundari dan Handayani (2019) menyatakan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Berdasarkan ketidakkonsistenan penelitian terdahulu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kembali dengan judul

Pengaruh Agresivitas Pajak dan Kepemilikan Manajerial terhadap *Corporate Social Responsibility* dalam Mewujudkan *Sustainable Development Goals*”.

Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan yang hendak diteliti dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Apakah Agresivitas Pajak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*?
2. Apakah Kepemilikan Manajerial berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*?
3. Apakah Agresivitas Pajak dan Kepemilikan Manajerial berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*?

Kerangka Teoritis dan Hipotesis

Grand Teori

Grand teori merupakan istilah yang pertama kali diciptakan oleh Charles Wright Mills dalam “*The Sociological Imagination*” pada tahun 1959 yang berkenaan dengan bentuk abstrak tertinggi suatu teori yang tersusun atas konsep-konsep. Adapun *Grand Teori* dalam penelitian adalah:

1. Teori Legitimasi
Teori legitimasi dikemukakan pertama kali oleh Dowling dan Pfeffer (1975) dalam Bustanul, dkk. (2012). Teori legitimasi dikemukakan yang memberikan gambaran tentang adanya perbedaan antara nilai-nilai yang dianut perusahaan dengan nilai-nilai masyarakat, maka perusahaan akan berada pada posisi terancam dimana perbedaan tersebut dikenal sebagai *legitimacy gap*. *Legitimasi gap* akan muncul apabila perusahaan tidak peka terhadap dampak yang mungkin ditimbulkan dari aktivitas perusahaan serta harapan masyarakat terhadap perusahaan dan hanya berorientasi pada menghasilkan keuntungan sebesar-besarnya (Ang dan Masella, 2015).
Pengungkapan *Corporate Social*

Responsibility sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk meminimalkan legitimasi gap melalui peningkatan kesesuaian antara operasional perusahaan dan pengharapan masyarakat. Pembuktian legitimasi sejalan dengan penelitian Deegan, C (2012).

Teori Agensi. Menurut Sutedi (2012), dalam bukunya mengatakan *Agency Theory* menekankan pentingnya pemilik perusahaan menyerahkan pengelolaan perusahaan kepada tenaga-tenaga profesional yang lebih mengerti menjalankan bisnis sehari-hari. Menurut Jensen dan Meckling (1976) dalam Sutedi (2012), Agensi Teori merupakan hubungan keagenan sebagai suatu kontrak yang mana satu atau lebih principal menggunakan orang lain atau agen untuk menjalankan aktivitas perusahaan. Prinsipal menyediakan fasilitas dan dana untuk kebutuhan operasi perusahaan, sedangkan agen sebagai pengelola berkewajiban untuk mengelola perusahaan sebagaimana dipercayakan oleh pemegang saham untuk meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan Tristiarini (2014), menjelaskan bahwa teori agensi pada CSR memiliki kemampuan dalam mengurangi asimetris informasi sehingga dapat mengurangi biaya agensi.

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility menurut Said (2018), adalah upaya dari perusahaan untuk menaikkan citranya di mata publik dengan membuat program-program amal baik yang bersifat eksternal maupun internal. Sedangkan menurut Nurlela (2019), CSR adalah komitmen yang berkesinambungan dari kalangan pebisnis untuk berperilaku secara etis dan memberi kontribusi bagi perkembangan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan dari karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya. Konsep *Corporate Social Responsibility* dianggap sejalan dengan *Sustainable Development Goals* yang dicanangkan PBB

tahun 2015 dimana salah satu tujuannya adalah pembangunan berkelanjutan dan upaya penyelamatan bumi dari berbagai macam limbah.

Agresivitas Pajak

Menurut Frank (2009), dalam Mustika, (2017), agresivitas pajak adalah tindakan yang dilakukan perusahaan untuk mengurangi pendapatan kena pajak melalui perencanaan pajak baik secara legal maupun ilegal berkaitan dengan penggelapan pajak. Manfaat agresivitas pajak pada perusahaan adalah penghematan pengeluaran atas pajak sehingga yang diperoleh menjadi lebih besar yang dapat digunakan untuk mendanai investasi perusahaan yang dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dimasa yang akan datang (Suyanto dan Supramono, 2012). Sedangkan kerugian dari agresivitas pajak pada perusahaan adalah kemungkinan perusahaan mendapat sanksi dari kantor pajak berupa denda, serta turunya harga saham perusahaan akibat pemegang saham lainnya mengetahui tindakan agresivitas pajak. Bagi pemerintah, tindakan agresivitas pajak yang terus menerus dilakukan perusahaan ini akan merugikan Negara karena mengurangi pendapatan Negara.

Kepemilikan Manajerial

Christiawan dan Torigan (2017) menyatakan kepemilikan manajerial adalah situasi dimana manajer memiliki saham perusahaan atau dengan kata lain manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan. Dalam laporan keuangan, keadaan ini ditunjukkan dengan besarnya persentase kepemilikan saham perusahaan oleh manajer. Karena hal ini merupakan informasi penting bagi pengguna laporan keuangan maka informasi ini akan diungkapkan dalam catatan atas laporan keuangan. Menurut Bodie (2018), kepemilikan manajerial merupakan pemisahan kepemilikan antara pihak *outsider* dengan pihak *insider*.

Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap Corporate Social Responsibility

Pajak adalah sumber penerimaan negara yang paling besar. Menurut UU No. 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat (Resmi, 2017). Oleh karena itu, pemerintah menggiatkan perusahaan dan orang pribadi untuk membayar pajak dengan berbagai sosialisasi. Dalam prakteknya masih banyak perusahaan dan orang pribadi yang belum melaksanakan kewajiban mereka membayar pajak. Banyak juga perusahaan dan orang pribadi yang berusaha meminimalisasikan pembayaran pajak mereka melalui kegiatan agresivitas pajak. Apabila dilakukan dengan tepat maka agresivitas pajak dapat memberikan manfaat yang signifikan terutama bagi wajib pajak perusahaan (Susanto et. al., 2018).

Tindakan agresivitas pajak diduga berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* berdasarkan teori legitimasi. Perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas pajak cenderung akan melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* dengan tujuan mencari perhatian publik dan pencitraan baik di mata masyarakat. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wardhani dan Muid (2017), Sagala dan Ratmono (2015), Wijaya dan Paulus (2017), serta Arfiyanto dan Ardiyanto (2017), yang menunjukkan bahwa agresivitas pajak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*. Dari uraian diatas, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H1: Agresivitas pajak berpengaruh terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility.

Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap *Corporate Social Responsibility*

Teori Agensi menyebutkan bahwa pemilik perusahaan menyerahkan pengelolaan perusahaan kepada tenaga-tenaga profesional yang lebih mengerti menjalankan bisnis sehari-hari (Sutedi, 2012). Kepentingan manajemen perusahaan menjadi sejalan dengan kepentingan pribadi manakala pihak manajemen sekaligus menjadi pemegang saham dalam perusahaan tersebut. Keputusan yang diambil pihak manajemen harus memastikan bahwa Perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang maksimal. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan menciptakan citra baik di mata masyarakat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Anggraini (2013), yang menyatakan bahwa kepemilikan manajemen meningkatkan tanggung jawab sosial. Dari uraian diatas, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H2: Kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Pengaruh Agresivitas Pajak dan Kepemilikan Manajerial terhadap *Corporate Social Responsibility*

Pajak wajib dibayarkan oleh setiap wajib pajak di Indonesia. Perusahaan sebagai salah satu wajib pajak yang diatur dalam undang-undang akan melaporkan dan melakukan pembayaran pajak setiap tahunnya. Perusahaan berpendapat bahwa dengan melakukan pembayaran pajak sebagaimana mestinya akan mengurangi keuntungan perusahaan. Hal ini mengakibatkan dilakukan cara-cara untuk melakukan penghematan pajak. Cara-cara tersebut dilakukan secara legal dan ilegal oleh pihak manajemen perusahaan. Manajemen Perusahaan terdiri dari orang-orang profesional yang dipercaya oleh pemilik perusahaan untuk menjalankan tugas pengelolaan kegiatan operasional perusahaan. Kepemilikan saham oleh pihak manajemen menjadikan perusahaan dan

pemegang saham memiliki kepentingan yang sama untuk memaksimalkan keuntungan. Pencitraan yang baik di mata masyarakat dipercaya sebagai salah satu cara untuk mewujudkan hal tersebut. Hal ini sejalan dengan teori legitimasi dan agensi serta penelitian yang dilakukan oleh Aziz (2020) yang menyatakan bahwa Agresivitas Pajak dan Kepemilikan Manajerial berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H3: Agresivitas Pajak dan Kepemilikan Manajerial berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018). Adapun instrumen penelitian adalah laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Populasi yang digunakan adalah seluruh laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI sektor industri farmasi periode 2016-2020, diperoleh data observasi penelitian sejumlah 10 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI sektor industri farmasi. Adapun kriteria yang digunakan untuk memilih sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling* adalah sebagai berikut: perusahaan industri farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020; perusahaan industri farmasi yang *listing* di BEI sebelum tanggal 1 Januari 2016; perusahaan industri farmasi yang memiliki kelengkapan data yang dibutuhkan sepanjang periode 2016-

2020. Metode analisis regresi *Ordinary Least Square (OLS)* digunakan dalam penelitian ini agar diketahui apakah terdapat hubungan antara variabel-variabel bebas maupun kontrol terhadap variabel terikat. Menurut Ghozali (2018), pada dasarnya pengujian dengan regresi OLS bertujuan untuk memperkirakan garis regresi.

(SPSS) versi 24.0 for windows. Peneliti menggunakan uji asumsi klasik terlebih dahulu untuk menentukan apakah distribusi data normal, sebelum melakukan pengujian hipotesis. Pengujian tersebut meliputi:

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut bersifat normal atau tidak (Ghozali, 2018). Adapun pengujian dapat dilihat pada Tabel 1 sebagai berikut:

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Data diolah menggunakan aplikasi *Statistical Package for Social Science*

Tabel 1
Hasil Uji Normalitas One Sample Kolmogorov – Smirnov
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,14560301
Most Extreme Differences	Absolute	,109
	Positive	,070
	Negative	-,109
Test Statistic		,109
Asymp. Sig. (2-tailed)		,186 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data Diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) sebesar 0,186. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (0,186 > 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa data telah berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah adanya korelasi antar variabel independen dalam model regresi.

Metode yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dalam penelitian ini menggunakan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance*. Model regresi yang terbebas dari multikolinearitas apabila nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* < 10 dan *Tolerance* > 0,10 dan berikut ini merupakan hasil uji multikolinearitas yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Agresivitas Pajak	,997	1,003
	Kepemilikan Manajerial	,997	1,003

a. Dependent Variable: *Corporate social Responsibility*

Sumber : Data diolah Penulis (2021)

Dasar pengambilan keputusan yang digunakan adalah apabila nilai *tolerance* $\geq 0,10$ atau nilai *VIF* ≤ 10 , maka tidak terjadi masalah multikolinearitas. Dari Tabel 2 di atas dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* untuk variabel agresivitas pajak dan kepemilikan manajerial masing-masing mempunyai nilai *tolerance* lebih dari 0,10 ($0,997 > 0,10$) dan nilai *VIF* kurang dari 10 ($1,003 < 10$). Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas pada model regresi penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2018). Jika *variance* dan residual atau pengamatan satu ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas dalam penelitian ini dideteksi dengan uji glejser. Berikut ini merupakan hasil pengujiannya:

Tabel 3
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model		t	Sig.
1	(Constant)	7,998	,000
	Agresivitas Pajak	1,664	,103
	Kepemilikan Manajerial	1,769	,083

1. Dependent Variable: *Corporate social Responsibility*

Sumber : Data diolah Penulis (2021)

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan nilai signifikansi pada variabel Agresivitas pajak ($0,103 > 0,05$) dan nilai signifikansi pada variabel Kepemilikan manajerial ($0,083 > 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa

model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Autokorelasi pada penelitian ini dideteksi dengan menggunakan uji Durbin-Watson. Adapun hasil uji dapat dilihat pada Tabel 4 di bawah ini:

Tabel 4
Hasil Uji Autokorelasi – Durbin Watson

Model	R	R Square	Model Summary ^b		Durbin-Watson
			Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	,467 ^a	,218	,185	,14867	,764

a. Predictors: (Constant), Kepemilikan Manajerial, Agresivitas Pajak

b. Dependent Variable: *Corporate social Responsibility*

Sumber : Data diolah Penulis (2021)

Tabel 4 menunjukkan nilai DW sebesar 0,764. Nilai ini selanjutnya dibandingkan dengan nilai tabel DW menggunakan taraf signifikansi (α) 5%. Jumlah sampel (n) adalah 50 dan jumlah variabel independen ($k=2$), maka didapat nilai $dL=1,4625$ dan $dU=1,6287$. Nilai $4 - 1,4625 = 2,5375$ ($4 - dL$) dan nilai $4 - 1,6287 = 2,3713$ ($4 - dU$). maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi positif atau

autokorelasi negatif atau dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi dalam model regresi penelitian ini.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda (*multiple regression*) dilakukan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen (*explanatory*) terhadap satu variabel dependen (Ghozali, 2018).

Tabel 5
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	,317	,040	
	Agresivitas Pajak	,217	,096	,292
	Kepemilikan Manajerial	,165	,056	,382

a. Dependent Variable: *Corporate social Responsibility*

Sumber: Data diolah Penulis (2021)

Dari tabel 5 diatas diperoleh nilai konstanta sebesar 0,317 dan nilai koefisien regresi sebesar 0,217 untuk X1, 0,165 untuk X2, dari nilai tersebut didapatkan bentuk model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,317 + 0,217X_1 + 0,165X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, maka didapatkan informasi sebagai berikut:

- a. Nilai Konstanta (a) adalah sebesar 0,317. ini berarti jika semua variabel independen memiliki nilai nol, maka variabel Pengungkapan CSR akan tetap atau konstan sebesar 0,317.
- b. Koefisien regresi agresivitas pajak (X1) adalah 0,217 menyatakan bahwa jika terjadi penambahan 1 (satu) satuan pada variabel agresivitas pajak serta variabel yang lain dianggap 0 (nol), maka Pengungkapan CSR akan meningkat sebesar 0,217. Artinya semakin tinggi nilai agresivitas pajak, maka semakin meningkat pula Pengungkapan CSR.

- c. Koefisien regresi kepemilikan manajerial (X2) adalah 0,165 menyatakan bahwa jika terjadi penambahan 1 (satu) satuan pada variabel kepemilikan manajerial serta variabel yang lain dianggap 0 (nol), maka Pengungkapan CSR akan meningkat sebesar 0,165. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kepemilikan manajerial dengan CSR.

Koefisien Korelasi Linier Berganda

Hubungan keeratan antara variabel Agresivitas Pajak (X1) dan Kepemilikan Manajerial (X2) terhadap *Corporate Social Responsibility* (Y) secara serentak dapat diketahui dalam penelitian ini dengan menggunakan koefisien korelasi linier berganda. Dengan menggunakan program IBM SPSS 24.0, diperoleh hasil koefisien korelasi linier berganda sebagai berikut:

Tabel 6
Koefisien Korelasi Linier Berganda
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,467 ^a	,218	,185	,14867

a. Predictors: (Constant), Kepemilikan Manajerial, Agresivitas Pajak

b. Dependent Variable: *Corporate Social Responsibility*

Sumber : Data diolah Penulis (2021)

Tabel 6 menunjukkan nilai koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0,467. Angka ini menunjukkan korelasi/keeratan hubungan antara variabel Agresivitas Pajak dan Kepemilikan Manajerial terhadap

Corporate Social Responsibility. Adapun pengambilan keputusan kuat/lemahnya hubungan antara variabel tersebut berdasar pada tabel berikut:

Tabel 7
Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2018)

Berdasarkan tabel 7 dapat disimpulkan bahwa nilai 0,467 termasuk ke dalam interval 0,40-0,599 yang berarti hubungan antara Agresivitas Pajak dan Kepemilikan Manajerial terhadap *Corporate Social Responsibility* memiliki tingkat hubungan yang sedang. Selain itu, nilai korelasi yang positif menunjukkan hubungan antara variabel Agresivitas Pajak dan Kepemilikan Manajerial terhadap *Corporate Social Responsibility* secara simultan, artinya jika Agresivitas Pajak dan Kepemilikan Manajerial meningkat maka *Corporate Social Responsibility* pun ikut meningkat.

Koefisien Determinasi (R²)

Untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel Agresivitas Pajak dan Kepemilikan Manajerial dalam menerangkan variabel *Corporate Social Responsibility* dalam penelitian ini, digunakan koefisien

determinasi berganda. Nilai R² yang mendekati 1 atau sama dengan 1 artinya variable-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model dapat menjelaskan 100% variasi variabel dependen.

Sedangkan nilai R² yang kecil atau sama dengan 0 artinya kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variabel dependen. Penelitian ini menggunakan Koefisien Determinasi X1 terhadap Y, X2 terhadap Y dan Koefisien Determinasi Berganda yaitu X1 dan X2 terhadap Y dengan menggunakan program IBM SPSS Statistic 24.0, diperoleh hasil koefisien korelasi linier berganda sebagai berikut:

Tabel 8
Koefisien Determinasi X1 terhadap Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	RStd. Error of the Estimate
1	,270 ^a	,073	,053	,16025

a. Predictors: (Constant), Agresivitas Pajak

b. Dependent Variable: *Corporate Social Responsibility*

Sumber : Data diolah Penulis (2021)

Dari tabel 8 diperoleh nilai koefisien determinasi berganda (R^2) sebesar 0,073 atau 7,3%. Angka ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel Agresivitas Pajak terhadap variabel *Corporate Social*

Responsibility adalah sebesar 7,3%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Tabel 9
Koefisien Determinasi X2 terhadap Y

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,365 ^a	,133	,115	,15491

a. Predictors: (Constant), Kepemilikan manajerial
2. Dependent Variable: *Corporate Social Responsibility*

Sumber : Data diolah Penulis (2021)

Dari tabel 9 diperoleh nilai koefisien determinasi berganda (R^2) sebesar 0,133 atau 13,3%. Angka ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel Kepemilikan Manajerial terhadap variabel *Corporate*

Social Responsibility adalah sebesar 13,3%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Tabel 10
Koefisien Determinasi Berganda

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,467 ^a	,218	,185	,14867

a. Predictors: (Constant), Kepemilikan Manajerial, Agresivitas Pajak
b. Dependent Variable: *Corporate social Responsibility*

Sumber: Data Diolah Kembali (2021)

Dari tabel 10 diperoleh nilai koefisien determinasi berganda (R^2) sebesar 0,218 atau 21,8%. Angka ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel Agresivitas Pajak dan Kepemilikan Manajerial terhadap variabel *Corporate Social Responsibility* adalah sebesar 21,8%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah mengenai ada atau tidaknya pengaruh antara variabel Agresivitas Pajak (X_1) dan Kepemilikan Manajerial (X_2) terhadap *Corporate Social Responsibility* (Y) baik secara parsial maupun simultan.

Uji Parsial (Uji t)

Uji signifikansi parsial (uji t) merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengukur seberapa besar pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variabel dependen (Ghozali,

2018). Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$).

Tabel 11
Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,317	,040		7,838	,000
	Agresivitas Pajak	,217	,096	,292	2,262	,028
	Kepemilikan Manajerial	,165	,056	,382	2,961	,005

a. Dependent Variable: *Corporate social Responsibility*

Sumber : Data Diolah Kembali (2021)

Agresivitas Pajak (X1) terhadap CSR (Y)

Berdasarkan nilai t-hitung yaitu 2,262 lebih besar daripada nilai t-tabel 0,067975, dan nilai signifikansi variabel yaitu 0,028 lebih besar dari 0,05, maka H1 diterima dan H0 ditolak, sehingga hipotesis yang didapat adalah Agresivitas Pajak (X1) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (Y).

Kepemilikan Manajerial (X2) terhadap CSR (Y)

Berdasarkan nilai t-hitung yaitu 2,961 lebih besar daripada nilai t-tabel 0,067975, dan nilai signifikansi variabel yaitu 0,005 lebih besar dari 0,05, maka H1 diterima dan H0 ditolak, sehingga hipotesis yang didapat adalah Kepemilikan Manajerial (X1) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (Y).

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji signifikansi simultan (uji F) digunakan untuk menguji apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Hipotesis akan diuji dengan menggunakan tingkat signifikansi α sebesar 5% atau 0.05.

1. Jika nilai probabilitas signifikansi variabel lebih kecil dari 0,05 atau nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel, maka H0 ditolak dan Ha diterima, artinya semua variabel independen secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai probabilitas signifikansi variabel lebih besar dari 0,05 atau nilai F hitung lebih kecil daripada nilai F tabel, maka H0 diterima dan Ha ditolak, artinya semua variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 12
Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,290	2	,145	6,569	,003 ^b
	Residual	1,039	47	,022		
	Total	1,329	49			

a. Dependent Variable: *Corporate Social Responsibility*

b. Predictors: (Constant), Kepemilikan Manajerial, Agresivitas Pajak

Sumber : Data Diolah Kembali (2021)

Diketahui F Tabel 3,20. Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 12, maka dapat disimpulkan bahwa Agresivitas Pajak (X1) dan Kepemilikan Manajerial (X2) berpengaruh simultan terhadap *Corporate Social Responsibility (Y)*. Hasil ini berdasarkan nilai F-hitung dengan nilai 6,569 lebih besar dari nilai F-tabel yaitu 3,20.

Pembahasan

Pengaruh Agresivitas Pajak (X1) terhadap *Corporate Social Responsibility (Y)*

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan secara parsial, diketahui bahwa variabel Agresivitas Pajak (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility (Y)* pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020. Tindakan agresivitas pajak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* berdasarkan teori legitimasi terbukti dalam penelitian ini. Perusahaan yang melakukan tindakan Agresivitas Pajak cenderung akan melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* dengan tujuan mencari perhatian publik dan pencitraan baik di mata masyarakat. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Wardhani dan Muid (2017), Sagala dan Ratmono (2015), Wijaya dan Paulus (2017), serta Arfiyanto dan Ardiyanto (2017).

Pengaruh Kepemilikan Manajerial (X2) Terhadap *Corporate Social Responsibility (Y)*

Hasil penelitian yang telah dilakukan secara parsial, diketahui bahwa variabel Kepemilikan Manajerial (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility (Y)* pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Angraini (2013), Javeed and Leen (2019), dan sekaligus sebagai konfirmasi pembuktian Teori Agensi.

Pengaruh Agresivitas Pajak (X1) dan Kepemilikan Manajerial (X2) Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa variabel Agresivitas Pajak (X1) dan Kepemilikan Manajerial (X2) berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility (Y)*. Hasil ini berdasarkan nilai F-hitung dengan nilai 6,569 lebih besar dari nilai F-tabel yaitu 3,20. Hal ini sejalan dengan teori legitimasi dan Agensi serta penelitian yang dilakukan oleh Aziz (2020) yang menyatakan bahwa Agresivitas Pajak dan Kepemilikan Manajerial berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Simpulan dan Saran

Simpulan

Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan, penulis dapat menarik kesimpulan; Agresivitas Pajak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*, Kepemilikan Manajerial berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*, dan secara bersama-sama Agresivitas Pajak dan Kepemilikan Manajerial berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Saran

Penelitian yang dilakukan berfokus pada Perusahaan Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020. Hal ini menjadi keterbatasan penelitian dan diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat memperluas *scope* penelitian sehingga hasil yang didapat lebih general.

Daftar Pustaka

- Ang, Swat Lin, Lindawati and Marsella Eka Puspita. 2015. "Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder Dan Legitimacy Gap Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan." *Jurnal Akuntansi Multiparadigma* 157–74.
- Anggraini, Fr. (2013). Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan. *Simposium Nasional Akuntansi*.
- Ardianti, Yunita. Akram, Surasni. (2019). Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Komisaris Independen terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR sebagai Variabel Mediasi. *Vol.27.2.Mei (2019): 1628-1652*. Bali: E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana. Available from: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/48652/29316>
- Arfiyanto, Rizky. Moh Didik Ardiyanto. (2017). Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Volume 6, Nomor 4, Tahun 2017, Halaman 1-11*. Semarang: Diponegoro Journal of Accounting. Available from: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/18203/0>
- Aziz, Hanifa Novia. (2020). Pengaruh Agresivitas Pajak dan Kepemilikan Manajerial terhadap Corporate Social Responsibility. *Magelang: Universitas Muhammadiyah*.
- Bodie, Z., Kane, A., & Marcus, A. J. (2018). *Investments*.
- Bustanul, Arifin. (2012). Perbedaan Kecenderungan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pengujian Terhadap Manajemen Laba Akrual dan Manajemen Laba Real. *E-Jurnal Ekonomi UNTIRTA*.
- Christiawan, Yulius Jogi. Josua Tarigan. (2017). Kepemilikan Manajerial: Kebijakan Hutang, Kinerja dan Nilai Perusahaan. *Surabaya: Universitas Kristen Petra*. Available From: <https://jurnalakuntansi.petra.ac.id/index.php/aku/article/view/16810>
- Deegan, C. Introduction: The Legitimising Effect of Social and Environmental Disclosure – A Theoretical Foundation. *Accounting, Auditing, and Accountability Journal*. 2012. Vol 5 No. 3: 282-311.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Javeed James, Leen Charter. (2019). An Analysis of Corporate Social Responsibility and Firm Performance with Moderating Effect of CEO Power and Ownership Structure : A case Study

- of the Manufacturing Sector of Pakistan.
- Mustika. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Capital Intensity, dan Kepemilikan Keluarga terhadap Agresivitas Pajak. Riau: Universitas Riau. Available From: <https://media.neliti.com/media/publications/118444-ID-pengaruh-corporate-social-responsibility.pdf>
- Nurlela, Lela W. (2019). Model Corporate Social Responsibility (CSR). Jawa Timur: Myria Publisher.
- Resmi, Siti. 2017. Perpajakan. Jakarta: Salemba Empat.
- Sagala, Winarti Monika., Dwi Ratmono. 2015. Analisis Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak. Volume 4, 1-9.
- Said, Achmad Lamo. (2018). Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Governance. Yogyakarta : Deepublish
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Teori Konsep dan Aplikasi). Bandung: Alfabeta.
- Sundari, Titi. A Hesti Handayani. (2019). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Ukuran Dewan Komisaris, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. Volume 3, Nomor 1, Maret 2019 Hlm 55-71. Jurnal Analisa Akuntansi dan Perpajakan. Surabaya: Universitas Dr. Sutomo. Available From: <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/1574>
- Suyanto, Krisnata Dwi. Supramono. (2012). Likuiditas, Leverage, Komisaris Independen, dan Manajemen Laba terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan. Jurnal Keuangan dan Perbankan, Vol.16, No.2 Mei 2012, hlm. 167–177. Salatiga: Universitas Kristen Satya Wacana. Available From: <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jkdp/article/view/1057>
- Susanto, L., Yanti, Y., & Viriany, V. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi agresivitas pajak. Jurnal Ekonomi. <https://doi.org/10.24912/je.v23i1.330>
- Sutedi, Andrian. 2012. “Good Corporate Governance”. Edisi 1. Cetakan Kedua. Jakarta: Sinar Grafika.
- Wardhani, Rizky Amalia. Dul Muid. (2017). Pengaruh Agresivitas Pajak, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility. Volume 6, Nomor 3, Tahun 2017, Halaman 1-10. Diponegoro Journal of Accounting. Semarang: Universitas Diponegoro. Available From: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/19292/18307>
- Wijaya, Paulus. 2017. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Agresivitas Pajak. Jurnal Riset Bisnis. Vol. 3. No. 01 2019: Hal. 30-36.
- Yuniarti dan Astuti. 2020. Corporate Social Responsibility Agresivitas Pajak dan Cash Effective Tax Rate. Vol. 4. No. 02 2021: Page 2612-2625