

PENGARUH PENGUNGKAPAN *ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI *JAKARTA ISLAMIC INDEX (JII)* PERIODE 2012-2015

Inka Kresentia

Nuritomo

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jl. Babarsari No. 43-44, Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap agresivitas pajak dengan menggunakan variabel kontrol *leverage*, *capital intensity*, dan ukuran perusahaan. Data yang digunakan merupakan data arsip berupa laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan yang termasuk dalam penghitungan *Jakarta Islamic Index*.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang termasuk dalam penghitungan *Jakarta Islamic Index* pada periode 2012-2015. Total perusahaan yang menjadi sampel penelitian ini berjumlah 104 perusahaan. Metode analisis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda (*multiple regression*)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengungkapan ICSR berpengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak.

Kata Kunci: *Islamic Corporate Social Responsibility, Islamic Social Reporting, Agresivitas Pajak, Effective Tax Rate, Jakarta Islamic Index.*

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Pajak merupakan sumber penerimaan terbesar bagi negara guna membiayai pembangunan negara, sehingga pemerintah akan selalu berusaha memaksimalkan penerimaan pajak. Penerimaan pajak berasal dari berbagai subjek pajak yang salah satunya adalah perusahaan. Perusahaan sebagai wajib pajak mempunyai kewajiban untuk membayar pajak, namun bagi perusahaan, pajak merupakan beban yang akan mengurangi laba bersih perusahaan. Maka untuk tetap mempertahankan laba yang optimal, perusahaan akan meningkatkan pendapatan dan menekan beban pada tingkat minimum. Salah satu beban yang harus dikelola oleh perusahaan ialah beban pajak.

Upaya yang dapat dilakukan perusahaan untuk menekan beban pada tingkat minimum yaitu dengan melakukan penghematan pajak. Penghematan pajak sebagai upaya perusahaan untuk mendapatkan laba yang optimal melalui agresivitas pajak. Agresivitas pajak merupakan pelaporan pajak agresif yang mencakup berbagai transaksi yang tujuan utamanya adalah untuk menurunkan kewajiban pajak perusahaan dan merupakan bagian dari kegiatan penghindaran pajak (Slemrod, 2004) dalam Hanlon dan Heitzman (2010).

Menurut Christensen dan Murphy (2004); Erle dan Schon (2008) dalam Lanis dan Richardson (2012), agresivitas pajak perusahaan dapat dianggap sebagai aktivitas yang tidak bertanggung jawab secara sosial. Sedangkan Watson (2011) menyatakan bahwa perusahaan yang mempunyai peringkat yang rendah dalam *Corporate Social Responsibility (CSR)* dianggap sebagai perusahaan yang tidak bertanggung jawab secara

sosial sehingga dapat melakukan strategi pajak yang lebih agresif dibandingkan dengan perusahaan yang sadar sosial.

Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan (Syukron, 2015).

Konsep CSR tidak hanya ada pada ekonomi konvensional tetapi juga terdapat pada ekonomi Islam. Konsep CSR dalam Islam sangat berkaitan dengan perusahaan – perusahaan yang menjalankan praktik bisnisnya menggunakan konsep Islam (syariah). Konsep ini dalam Islam lebih menekankan bentuk ketaqwaan umat manusia kepada Allah dalam dimensi perusahaan. Nilai-nilai Islam memiliki hubungan yang relevan dan memiliki kontribusi terhadap konsep CSR yang telah berkembang hingga saat ini (Widiawati, 2012).

Islam mengajarkan bahwa tidak cukup bagi seorang Muslim hanya menfokuskan diri beribadah kepada Allah. Dalam Islam, manusia merupakan *khalifah* di muka bumi, sehingga manusia juga harus menyemarakkan kebaikan kepada sesama makhluk ciptaan-Nya. Oleh sebab itu, kesempurnaan iman seorang muslim tidak dapat hanya dicapai dengan hubungan vertikal kepada Allah saja, tetapi juga harus dibarengi dengan hubungan yang baik kepada sesama makhluk ciptaan Allah (Sofyani *et al.*, 2012).

CSR dalam perspektif Islam merupakan konsekuensi *inheren* dari ajaran Islam itu sendiri (Syukron, 2015). Tujuan dari syariat Islam adalah memelihara tujuan syara' atau peraturan Allah yang berupa ketentuan-ketentuan dan aturan-aturan tentang tingkah laku manusia yang berlaku dan bersifat mengikat bagi seluruh umat Islam dan meraih manfaat atau menghindarkan tindakan yang merugikan diri sendiri atau orang lain sehingga bisnis bukan sekedar mencari keuntungan. Bisnis syariah dituntut untuk mampu memberikan kesejahteraan bagi seluruh masyarakat, memberikan rasa adil, kebersamaan dan kekeluargaan serta mampu memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada setiap pelaku usaha.

Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008, telah mengatur tentang biaya yang dikecualikan dari objek pajak. Ketentuan tentang hal ini diatur dalam Pasal 4 ayat (3) huruf a, dan diatur lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah Nomor 60 Tahun 2010 disebutkan bahwa zakat atau sumbangan keagamaan yang sifatnya wajib dikurangkan dari penghasilan bruto. Zakat yang dibayarkannya dapat menjadi faktor pengurang penghasilan kena pajak, sehingga mengurangi kewajiban pajak yang harus dibayar. Syaratnya, pembayaran zakat harus dilakukan melalui BAZNAS, dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang teregistrasi. Pembayaran zakat atas gaji karyawan melalui Unit Pengumpul Zakat (UPZ) Kementerian/Lembaga dan BUMN juga termasuk dalam insentif tersebut.

Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008, telah mengatur tentang perlakuan Pajak Penghasilan atas pengeluaran atau biaya yang dikeluarkan dalam rangka Corporate Social Responsibility (CSR). Ketentuan tentang hal ini diatur dalam Pasal 6 ayat (1) huruf i, j, k, l, dan m, di mana ditegaskan bahwa besarnya Penghasilan Kena Pajak bagi Wajib Pajak dalam negeri dan bentuk usaha tetap (BUT), ditentukan berdasarkan penghasilan bruto dikurangi biaya untuk mendapatkan, menagih, dan memelihara penghasilan. Tidak seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk sumbangan dapat dibebankan, biaya dalam rangka CSR yang pengeluarannya dapat dibebankan atau dibiayai hanya sumbangan tertentu seperti sumbangan dalam rangka penanggulangan bencana nasional, pengembangan, pembangunan infrastruktur sosial, pendidikan, dan

pembinaan olah raga yang ketentuannya diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 93 Tahun 2010.

Biaya dalam rangka CSR yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 sesuai dengan beberapa *item* dalam *Islamic Social Reporting*. Zakat, *scholarship*, *social activities*, dan *sponsoring* merupakan tindakan yang menunjukkan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan. Semakin tinggi tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan maka dianggap semakin taat perusahaan terhadap pajak yang berarti tidak agresif terhadap pajak.

Kaitan antara CSR dengan agresivitas pajak telah diteliti oleh beberapa peneliti terdahulu seperti Yoehana (2013) dengan judul analisis pengaruh *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan, semakin rendah tingkat agresivitas pajaknya. Penelitian serupa dilakukan oleh Purwanggono (2015) namun dengan tambahan variabel independen kepemilikan mayoritas menunjukkan hasil yang sama yaitu variabel tanggung jawab sosial perusahaan dan kepemilikan keluarga berpengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak. Sagala (2015) menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan, semakin rendah tingkat agresivitas pajaknya. Semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan berarti semakin besar tanggung jawab perusahaan tersebut. Semakin besar tanggung jawab sosialnya maka semakin besar pula tanggung jawab perusahaan terhadap pajak maka tindakan agresif terhadap pajak semakin rendah.

Berdasarkan uraian di atas, penulis termotivasi untuk menguji pengaruh pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap agresivitas pajak pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) periode 2012-2015. Perusahaan yang termasuk dalam JII adalah perusahaan dengan saham syariah yang paling likuid dan memiliki kapitalisasi pasar yang besar. Penulis termotivasi menguji variabel tersebut karena untuk mengetahui apakah perusahaan berbasis syariah yang memiliki tujuan utama untuk memberikan kesejahteraan bagi masyarakat sesuai dengan ajaran agama, melakukan aktivitas ICSR benar-benar untuk kepentingan masyarakat. Variabel ICSR dipilih karena terdapat keterbatasan dalam pelaporan sosial konvensional, pelaporan sosial konvensional hanya fokus pada aspek material dan moral, seharusnya aspek spiritual juga dijadikan sebagai fokus utama dalam pelaporan tanggung jawab sosial, maka dengan menggunakan ISR dapat membantu perusahaan dalam melakukan pemenuhan kewajiban kepada Allah.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah untuk penelitian ini adalah: Apakah pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh negatif terhadap Agresivitas Pajak?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak.

2. Pengembangan Hipotesis

Pajak merupakan sumber penerimaan terbesar bagi negara guna membiayai pembangunan negara, sehingga pemerintah akan selalu berusaha memaksimalkan penerimaan pajak. Berbeda dari sudut pandang perusahaan, pajak merupakan beban yang akan mengurangi laba bersih perusahaan, sehingga perusahaan akan melakukan penghematan pajak melalui agresivitas pajak. Menurut Christensen dan Murphy (2004); Erle dan Schon (2008) dalam Lanis dan Richardson (2012), agresivitas pajak perusahaan dapat dianggap sebagai aktivitas yang tidak bertanggung jawab secara sosial. Sedangkan

Watson (2011) menyatakan bahwa perusahaan yang mempunyai peringkat yang rendah dalam Corporate Social Responsibility (CSR) dianggap sebagai perusahaan yang tidak bertanggung jawab secara sosial sehingga dapat melakukan strategi pajak yang lebih agresif dibandingkan dengan perusahaan yang sadar sosial.

Legitimacy theory menyatakan bahwa organisasi terus menerus mencoba untuk memastikan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat (Deegan et al., 2002). Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan kedepan. Hal itu dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri ditengah lingkungan masyarakat yang semakin maju (Nor Hadi, 2011). Salah satu caranya adalah dengan membayar pajak tanpa melakukan agresivitas pajak yang dapat mengurangi penerimaan negara.

Avi-Yonah (2008) dalam Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa pajak perusahaan hanya dapat dikaitkan dengan CSR jika pembayaran pajak yang dilakukan perusahaan memang memiliki implikasi untuk masyarakat luas. Salah satu upaya yang dilakukan perusahaan untuk masyarakat luas adalah memberikan kesejahteraan kepada masyarakat melalui kegiatan tanggung jawab sosial berdasarkan perspektif Islam. Sesuai dengan konsep syariah yang menekankan ketaqwaan umat manusia kepada Allah, dimana tidak hanya memfokuskan diri beribadah kepada Allah tetapi juga harus menyemarakkan kebaikan kepada sesamanya. Bisnis syariah tidak hanya fokus mencari keuntungan tetapi juga dituntut untuk memberikan kesejahteraan bagi masyarakat yaitu melalui tanggung jawab sosial dan dengan menjalankan kewajiban perpajakan.

Jadi semakin tinggi tingkat pengungkapan ICSR yang dilakukan suatu perusahaan, maka semakin tinggi tanggung jawab perusahaan tersebut. Diharapkan dengan tingginya tanggung jawab yang dimiliki perusahaan, perusahaan semakin tidak agresif terhadap pajak. Hal ini dikarenakan apabila perusahaan yang menjalankan ICSR bertindak agresif terhadap pajak, maka akan membuat perusahaan tersebut kehilangan reputasi di mata masyarakat dan akan menghilangkan dampak positif yang terkait dengan kegiatan ICSR yang telah dilakukan karena perusahaan melakukan ICSR semata-mata untuk menguntungkan reputasi perusahaan. Sulit untuk membedakan antara ICSR yang dilakukan dengan motif altruistik dengan ICSR yang dilakukan dengan tujuan untuk menguntungkan reputasi perusahaan.

Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_a: Pengungkapan ICSR berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak

3. Metode Penelitian

3.1 Pengambilan Sampel

Sampel dalam penelitian ini dilakukan secara nonprobabilitas dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Hartono (2014), *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Perusahaan syariah yang terdaftar di JII periode 2012–2015.
2. Mempublikasikan laporan tahunan dan laporan keuangan dari tahun 2012-2015.
3. Mengungkapkan CSR dalam laporan tahunannya.
4. Perusahaan mempublikasikan laporan keuangannya dengan menggunakan tahun buku keuangan yang dimulai pada 1 Januari sampai 31 Desember.
5. Perusahaan melaporkan laba yang positif.
6. Perusahaan menyajikan laporan keuangan menggunakan satuan Rupiah.

3.2 Model Penelitian

$$ETR = a + b_1ICSR + b_2DER + b_3CINT + b_4SIZE + e$$

Keterangan:

ETR = *Effective Tax Rate*

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

ICSR = Pengungkapan *islamic corporate social responsibility*

DER = Proporsi hutang terhadap modal perusahaan

CINT = *Capital Intensity*

SIZE = Ukuran Perusahaan

e = *Error*

4. Analisis Hasil dan Pembahasan

4.1 Analisis Data

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index (JII)* selama periode 2012-2015. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *purposive sampling*, yaitu dengan menentukan kriteria khusus untuk pengambilan sampel. Berdasarkan kriteria yang digunakan sebagai pertimbangan menentukan sampel dalam penelitian ini, maka diperoleh sampel sebanyak 104.

Pemilihan sampel dijabarkan pada tabel 4.1 dibawah ini:

Tabel 4.1.
Pemilihan Sampel Penelitian

No	Keterangan	Jumlah
1	Perusahaan yang termasuk dalam penghitungan Jakarta Islamic Index periode 2012-2015	131
2	Tidak tersedia laporan tahunan pada periode penelitian	(3)
3	Tidak mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan	-
4	Tidak mempublikasikan laporan keuangan dengan menggunakan tahun buku keuangan yang dimulai pada 1 Januari sampai 31 Desember	-
5	Tidak memiliki profitabilitas positif selama periode penelitian	(4)
6	Tidak menyajikan laporan keuangan menggunakan satuan Rupiah	(20)
7	Total perusahaan sampel	104

4.1.1 Statistik Deskriptif

Tabel 4.2
Statistik Deskriptif tahun 2012-2015

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ETR	104	,002	,421	,23439	,078963
ICSR	104	,302	,744	,58140	,096296
DER	104	,134	5,113	1,02167	,787443
CINT	104	,017	,836	,27291	,192059
SIZE	104	28,676	33,134	30,63488	,947641
Valid N (listwise)	104				

Sumber: Data Arsip yang diolah tahun 2017

4.2 Uji Asumsi Klasik

4.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian untuk melihat apakah data yang digunakan telah terdistribusi secara normal atau tidak. Pengujian ini menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*, dengan hasil pengujian nilai *asym Sig (2-tailed)* 0,898 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut telah terdistribusi secara normal.

4.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas karena nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 yaitu sebesar 0,796 untuk ICSR, 0,942 untuk *leverage*, 0,915 untuk *capital intensity* dan 0,805 untuk *size* dan nilai VIF yang kurang dari 10 yaitu sebesar 1,257 untuk ICSR, 1,061 untuk *leverage*, 1,093 untuk *capital intensity* dan 1,242 untuk *size*.

4.2.3 Uji Autokorelasi

Model regresi yang baik adalah model regresi yang bebas autokorelasi. Pengujian autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan metode *Durbin Watson*. Berdasarkan hasil regresi diperoleh nilai *Durbin Watson* (DW) sebesar 2,231, sedangkan untuk melihat nilai dL dan dU dilihat pada tabel nilai *Durbin Watson* untuk $n = 104$, $k = 4$. Setelah mengetahui nilai dL sebesar 1,6016 dan dU sebesar 1,7610, dapat disimpulkan tidak terjadi adanya autokorelasi, karena nilai *Durbin Watson* sebesar 2,231 lebih besar dari batas atas (dU) sebesar 1,7610 dan kurang dari $4 - 1,7610 = 2,239$.

4.2.4 Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil regresi diperoleh R Square sebesar 0,114. Kemudian cari nilai c^2 dengan cara $n \times R^2 = 104 \times 0,114 = 11.856$. Kemudian diketahui nilai c^2 tabel sebesar 15.507. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis alternatif adanya heterokedastisitas dalam model ditolak, karena c^2 hitung sebesar 11.856 lebih kecil dari c^2 tabel sebesar 15.507.

4.3 Uji Hipotesis

4.3.1 Uji Analisis Regresi

Tabel 4.3
Hasil Uji Regresi Berganda
Tahun 2012-2015

Variabel Dependen : ETR (GAAP ETR)				
Variabel	Koefisien	T	Sig.	Hasil
(Constant)	,488	2,075	,041	
ICSR	,167	2,048	,043	Berpengaruh
DER	,031	3,389	,001	Berpengaruh
CINT	,151	3,962	,000	Berpengaruh
SIZE	-,014	-1,682	,096	Tidak Berpengaruh
F-Statistic	7,224			
Sig-F	0,000			
Koefisien Determinasi	Sebelum variabel kontrol		Sesudah variabel kontrol	
<i>R Square</i>	,035		,226	
<i>Adjusted R Square</i>	,025		,195	

Sumber: Data arsip yang diolah tahun 2017

Dengan memperhatikan hasil koefisien regresi yang terdapat dalam tabel diatas maka diperoleh persamaan regresi faktor-faktor yang mempengaruhi agresivitas pajak pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index pada periode 2012-2015 sebagai berikut:

$$ETR = 0,488 + 0,167 \text{ ICSR} + 0,031 \text{ DER} + 0,151 \text{ CINT} - 0,014 \text{ SIZE} + \varepsilon$$

4.3.2 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan model penelitian dalam menerangkan variabel independen. Berdasarkan tabel 4.8, nilai dari *adjusted R-square* sebesar 0,025. Koefisien determinasi sebesar 0,025 menggambarkan bahwa 2,5% variabel agresivitas pajak dapat dijelaskan oleh variabel *islamic corporate social responsibility* sedangkan 97,5% sisanya dijelaskan oleh variabel lain.

Setelah menambahkan variabel kontrol dalam penelitian ini, nilai dari *adjusted R-square* sebesar 0,195. Koefisien determinasi sebesar 0,195 menggambarkan bahwa 19,5% variabel agresivitas pajak dapat dijelaskan oleh variabel *islamic corporate social responsibility*, *leverage*, *capital intensity*, dan *size*, sedangkan 80,5% sisanya dijelaskan oleh variabel diluar penelitian.

Menurut Hartono (2014) variabel kontrol memiliki kegunaan untuk melengkapi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sehingga tidak dipengaruhi oleh faktor luar yang tidak diteliti. Terbukti dengan menggunakan variabel kontrol dalam penelitian ini, kemampuan variabel independen yang digunakan di dalam model penelitian dalam menjelaskan variabel dependen meningkat dari 2,5% menjadi 19,5% sehingga dapat dikatakan dengan menambah variabel kontrol model penelitian menjadi lebih baik.

4.3.3 Uji Nilai t

Berdasarkan tabel 4.8 diperoleh nilai Sig. = 0,043 untuk variabel ICSR. Dari nilai tersebut maka diambil kesimpulan bahwa variabel ICSR secara individu signifikan terhadap variabel agresivitas pajak. Hal ini dibuktikan dari nilai probabilitas atau Sig. yang lebih kecil dari *alpha* 0,05. Variabel kontrol dalam penelitian ini adalah *leverage*, *capital intensity*, dan ukuran perusahaan yang memiliki kegunaan untuk melengkapi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk variabel kontrol berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan bahwa dua dari tiga variabel kontrol yaitu *leverage* dan *capital intensity* berpengaruh secara individu terhadap agresivitas pajak dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,001 dan 0,000 yang lebih kecil dari *alpha* 0,05.

Leverage mempunyai pengaruh negatif terhadap agresivitas pajak, perusahaan tidak memanfaatkan beban bunga dari utang sebagai salah satu cara untuk mengurangi penghasilan kena pajak, tetapi perusahaan menggunakan utang yang diperoleh untuk keperluan investasi sehingga menghasilkan pendapatan di luar usaha perusahaan sehingga membuat laba yang diperoleh perusahaan naik dan mempengaruhi kenaikan beban pajak yang ditanggung perusahaan. *Capital intensity* mempunyai pengaruh negatif terhadap agresivitas pajak, hal ini dikarenakan beberapa perusahaan mempunyai aset tetap yang sudah habis masa manfaat ekonominya tetapi tidak dihentikan pengakuannya dan untuk aset bergerak seperti kendaraan jika dibawa pulang oleh penggunanya maka tidak semua biaya penyusutan atau pemeliharaan dapat dibebankan melainkan hanya sebesar 50%.

Satu variabel kontrol ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak karena nilai signifikansi sebesar 0,096 lebih besar dari *alpha* 0,05. Besar kecilnya perusahaan tidak mempengaruhi agresivitas pajak yang dilakukan oleh suatu perusahaan. Variabel independen dan variabel kontrol adalah variabel yang berbeda, untuk melihat adanya pengaruh pada variabel kontrol terhadap variabel dependen dapat dilihat dari nilai *adjusted R-square* pada tabel 4.8 sebesar 0,195. Koefisien determinasi sebesar 0,195 menggambarkan bahwa 19,5% variabel agresivitas pajak dapat dijelaskan oleh variabel *islamic corporate social responsibility*, *leverage*, *capital intensity*, dan ukuran perusahaan. Sedangkan sebelum adanya variabel kontrol nilai dari *adjusted R-square* sebesar 0,025 dilihat pada tabel 4.8, koefisien determinasi sebesar 0,025 menggambarkan bahwa 2,5% variabel agresivitas pajak dapat dijelaskan oleh variabel *islamic corporate social responsibility*. Hasil koefisien determinasi yang meningkat sebelum dan sesudah

adanya variabel kontrol dalam penelitian menunjukkan bahwa variabel kontrol dalam penelitian ini mempunyai pengaruh terhadap agresivitas pajak.

4.3.4 Uji Statistik F

Berdasarkan tabel 4.8, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi adalah sebesar 0,000. Kemudian nilai signifikansi dibandingkan dengan 0,05 (α). Nilai signifikansi F hitung sebesar 0,000 lebih kecil dibandingkan dengan nilai *alpha* sebesar 0,05 yang digunakan dalam penelitian ini, sehingga dapat disimpulkan bahwa ICSR, *leverage*, *capital intensity*, dan *size* secara bersama-sama berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Selain itu nilai Sig. atau probabilitas sebesar 0,000 tersebut menunjukkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model yang *fit*.

4.4 Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengungkapan *islamic corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak pada perusahaan yang terdaftar dalam *jakarta islamic index* periode 2012-2015. Agresivitas pajak sebagai variabel dependen diukur dengan menggunakan GAAP *Effective Tax Rates*. GAAP ETR memiliki hubungan terbalik dengan agresivitas pajak sehingga semakin tinggi nilai GAAP ETR mengindikasikan semakin rendahnya agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan begitupun sebaliknya, semakin rendah nilai GAAP ETR mengindikasikan semakin tingginya agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan.

Tabel 4.8 menunjukkan ICSR memiliki koefisien 0,167 dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,043 yang berarti ICSR memiliki pengaruh positif signifikan terhadap GAAP ETR. Karena GAAP ETR memiliki hubungan yang terbalik dengan agresivitas pajak, hal tersebut menunjukkan bahwa ICSR memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak. Semakin tinggi pengungkapan ICSR yang dilakukan oleh perusahaan maka semakin rendah agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan, ditunjukkan dengan nilai GAAP ETR yang tinggi. Sebaliknya, semakin rendah pengungkapan ICSR yang dilakukan oleh perusahaan maka semakin tinggi agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Yoehana (2013) dan Sagala (2015) yang mengatakan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan, semakin rendah tingkat agresivitas pajaknya. Pajak perusahaan hanya dapat dikaitkan dengan CSR jika pembayaran pajak yang dilakukan perusahaan memang memiliki implikasi untuk masyarakat luas (Avi-Yonah, 2008) dalam Lanis dan Richardson (2012). Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi pengungkapan ICSR maka semakin rendah agresivitas pajak perusahaan, hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan telah memenuhi kewajiban kepada Allah melalui pembayaran pajak untuk negara dan kegiatan ICSR untuk masyarakat, karena Islam mengajarkan bahwa tidak cukup bagi seorang Muslim hanya menfokuskan diri beribadah kepada Allah, tetapi manusia juga harus menyemarakkan kebaikan kepada sesama makhluk ciptaan-Nya.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengungkapan *islamic corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak. Agresivitas pajak sebagai

variabel dependen diukur dengan menggunakan GAAP ETR (beban pajak penghasilan dibagi laba sebelum pajak), sedangkan ICSR sebagai variabel independen diukur dengan total item yang diungkapkan perusahaan dibagi dengan total item dalam *Islamic Social Reporting*. Perusahaan yang dipilih sebagai sampel penelitian adalah perusahaan yang memiliki saham syariah yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index (JII)* pada tahun 2012-2015 dengan kriteria tertentu sehingga didapati 104 sampel yang diteliti. Berdasarkan hasil analisis maka dapat disimpulkan bahwa pengungkapan *islamic corporate social responsibility* berpengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak. Semakin tinggi pengungkapan ICSR yang dilakukan oleh perusahaan maka semakin rendah agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan, ditunjukkan dengan nilai ETR yang tinggi.

5.2 Keterbatasan

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan yang mungkin dapat menimbulkan gangguan terhadap hasil penelitian. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Subjektivitas dalam menilai *item* pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini terjadi karena peneliti melihat *item* pengungkapan ICSR yang diungkapkan perusahaan dari sudut pandang yang berbeda-beda. Hal ini menimbulkan *miss-interpretasi* sehingga berdampak pada hasil yang berbeda.
2. Penulis mempunyai pengetahuan yang terbatas tentang ajaran agama Islam dan *Islamic Corporate Social Responsibility*.

5.3 Saran

Untuk mengatasi keterbatasan dalam penelitian ini, penelitian selanjutnya diharapkan:

1. Melakukan *peer review* oleh beberapa orang peneliti saat melakukan *scoring* terhadap *item* pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* yang diungkapkan oleh perusahaan.
2. Penulis mempunyai pengetahuan lebih memadai tentang ajaran agama Islam dan *Islamic Corporate Social Responsibility*.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Quran dan terjemahan tahun 2010. Departemen Agama Republik Indonesia.
- Amurwani, A. (2006). *Pengaruh Luas Pengungkapan Sukarela Dan Asimetri Informasi Terhadap Cost Of Equity Capital Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta*. Skripsi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Anwar, M. (2015). *Konsep Pajak Dalam Pandangan Intelektual Muslim*. Skripsi, Universitas Hasanuddin, Makassar.
- Chariri, dan Ghozali, A. (2007). *Teori Akuntansi*. Yogyakarta, Indonesia: Penerbit Andi.
- Deegan, C., Rankin, M., dan Tobin, J. (2002). An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983-1997. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15, Iss 3.
- Elasrag, H. (2015). *Corporate Social Responsibility: An Islamic Perspective*. <http://ssrn.com/abstract=2603832>.
- _____. (2014). *Corporate Social Responsibility In Islam*. <http://ssrn.com/abstract=2593945>.
- Fahmi, I. (2013). *Analisis Laporan Keuangan (Cetakan Kedua)*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. (2011). *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (Cetakan Kelima)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gusfahmi. (2007). *Pajak Menurut Syari'ah*. Jakarta: Rajawali press.
- Gustian, V. (2015). *Analisis Perbandingan Penggunaan GRI Indeks Dan ISR Indeks Dalam Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Perbankan Indonesia Tahun 2010-2013*, Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hadi, N. (2011). *Corporate Social Responsibility (Edisi Pertama)*. Yogyakarta, Indonesia: Graha Ilmu.
- Haniffa, R. (2002). Social Reporting Disclosure: An Islamic Perspective. *Indonesian Management and Accounting Research*, 1, 2, 128-146.
- Hanlon, M., dan Heitzman. S. (2010). A Review of Tax Research. *Journal of Accounting and Economics*, 50, 127-178.
- Harmoni, A., dan Andriyani, A. (2008). Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Official Website Perusahaan Studi Pada PT. Unilever Indonesia Tbk. *Seminar Ilmiah Nasional Komputer dan Sistem Intelijen*.
- Hartono, J. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis (Salah Kaprah dan Pengalaman pengalaman)*. Yogyakarta: BPFE.

- Hendriksen, E. S., dan Breda, M. F. V. (2001). *Accounting Theory* (Edisi Kelima). New York: Mc Graw-Hill.
- Lanis, R., dan Richardson, G. (2012). Corporate social responsibility and tax aggressiveness: a test of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 26, 1.
- Othman, R., Thani, A. M, dan Ghani, E. K. (2009). Determinants of Islamic Social Reporting Among Top *Shariah*-Approved Companies in Bursa Malaysia. *Research Journal of International Studies*, 12.
- Purwanggono, E. A. (2015). *Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Kepemilikan Mayoritas Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013)*, Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Raditya, A.M. (2012). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) pada Perusahaan yang Masuk Daftar Efek Syariah (DES)*, Skripsi, Universitas Indonesia, Depok.
- Rinaldi, dan Cheisviyanny, C. (2015). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Kompensasi Rugi Fiskal Terhadap Tax Avoidance (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2010-2013). *Seminar Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi Padang*.
- Sagala, W.N. (2015). *Analisis Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Non-Kuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013)*, Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Sofyani, H., Ulum, I., Syam, D., dan Wahjuni, S. (2012). *Islamic Social Reporting Index Sebagai Model Pengukuran Kinerja Sosial Perbankan Syariah (Studi Komparasi Indonesia Dan Malaysia)*. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 4, 1, 36-46.
- Sudana, I. M., dan Arlindania, P. A. (2011). Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Go-Public di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 4, 1, 37-49.
- Sudarmadji, A. M., dan Sularto, L. (2007). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Tipe Kepemilikan Perusahaan terhadap Luas Voluntary Disclosure Laporan Keuangan Tahunan. *Proceeding PESAT*, 2.
- Sutomo, I. (2004). *Pengaruh Rasio Likuiditas, Solvabilitas, Karakteristik Perusahaan terhadap Luas Pengungkapan Sukarela pada Laporan Tahunan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Go Publik di BEJ)*. Tesis, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Suwito, E., dan Herawati, A. (2005). Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Tindakan Perataan Laba yang Dilakukan oleh Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. *Symposium Nasional Akuntansi VIII Solo*, 136-146.

Syukron, A., (2015). CSR dalam Perspektif Islam dan Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, 5, 1.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2009 Tentang Perlindungan Dan Pengelolaan Lingkungan Hidup.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Pajak Penghasilan.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.

Untung, B.H. (2008). *Corporate Social Responsibility*. Jakarta, Indonesia: Sinar Grafika.

Watson, L. (2011). Corporate Social Responsibility, Tax Avoidance, and Earnings Performance. *Journal of the American Taxation Association*.

Widiawati,S., (2012). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Islamic Social Reporting Perusahaan-Perusahaan yang terdapat pada Daftar Efek Syariah Tahun 2009 – 2011*, Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang.

Williams, C. (2001). *Management*. Jakarta, Indonesia: Salemba Empat.

Yoehana, M. (2013). *Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2011)*, Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang

Referensi Website:

www.idx.co.id