

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN AGRESIVITAS PAJAK
DENGAN VARIABEL KONTROL UMUR PERUSAHAAN, UKURAN DEWAN
KOMISARIS, DAN DEWAN KOMISARIS INDEPENDEN TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN PADA SEKTOR ENERGI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA TAHUN 2018 – 2022**

Firdausa Ratna Sari
Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
Firdaratna@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh *corporate social responsibility* dan agresivitas pajak dengan variabel control umur perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan dewan komisaris independen. Variabel *corporate social responsibility* diukur menggunakan *corporate social responsibility disclosure index* (CSRDI). Penelitian ini menggunakan umur perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan dewan komisaris independen. Nilai perusahaan diukur menggunakan *price to book value*. *pengungkapan* CSDRI sesuai dengan standar pelaporan internasional atau *sustainability reporting guildlines* dari *Global Reporting Initiatives* GRI standar 2016. Agresivitas pajak diukur menggunakan *Effective Tax Rates* (ETR). Data yang digunakan berupa laporan keuangan tahunan (*Annual Report*) yang telah dipublikasikan oleh *sampling* dan menghasilkan 12 perusahaan dengan sampel berjumlah 60 yang sesuai digunakan sebagai sampel penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda dengan menggunakan program spss versi 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* baik agresivitas pajak dengan variabel control umur perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan dewan komisaris independen berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: *corporate social responsibility*, agresivitas pajak, nilai perusahaan

PENDAHULUAN

Perusahaan yang mengutamakan nilai keberlanjutannya memperhatikan dampak positif jangka panjang pada lingkungan, masyarakat, dan ekonomi. Mereka membuat keputusan lingkungan, sosial, dan ekonomi. Nilai inovasi menekankan betapa pentingnya mencari cara baru untuk meningkatkan barang, layanan, dan proses bisnis. Perusahaan yang menerapkan nilai inovasi berusaha untuk tetap relevan dan sesuai dengan perubahan pasar dan teknologi. Nilai perusahaan menunjukkan kemakmuran para pemegang saham juga lebih tinggi. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa peningkatan nilai perusahaan akan berdampak pada peningkatan kemakmuran para pemegang saham (Sumantri & Andini,

2019).

Bagi investor, nilai perusahaan adalah hal yang penting karena nilai perusahaan merupakan indikator nilai pasar secara keseluruhan (Primawati & Andajani, 2023). Daya tarik investor untuk menanamkan modalnya meningkat seiring dengan nilai perusahaan. Harga saham biasanya dikaitkan dengan persepsi investor tentang nilai perusahaan. Harga saham di bursa efek Indonesia ditentukan oleh permintaan dan penawaran. Ketika permintaan saham perusahaan meningkat maka harga saham cenderung meningkat, tetapi ketika menjual saham perusahaan maka harga saham cenderung akan mengalami penurunan.

Corporate Social Responsibility menunjukkan bahwa perusahaan melakukan bisnis untuk manfaat para pemegang saham Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) didefinisikan sebagai tanggung jawab organisasi terhadap dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan. Hal ini diwujudkan dalam bentuk perilaku yang transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, memperhatikan ekspektasi para pemangku kepentingan, sesuai dengan hukum dan norma-norma internasional yang berlaku, serta terintegrasi dengan organisasi secara keseluruhan (Sari & Setiahadi, 2019).

Penghindaran pajak atau *tax avoidance* adalah suatu skema transaksi yang ditujukan untuk meminimalkan beban pajak dengan memanfaatkan kelemahan-kelemahan ketentuan perpajakan suatu negara sehingga ahli pajak menyatakan legal karena tidak melanggar peraturan perpajakan, sedangkan penggelapan pajak atau *tax evasion* adalah suatu skema memperkecil pajak yang terhutang dengan cara melanggar ketentuan perpajakan (*illegal*). Menurut (Tarmidi, 2023) mengatakan bahwa agresivitas pajak merupakan aktivitas spesifik yang mencakup berbagai macam transaksi, dimana tujuan utamanya adalah untuk menurunkan kewajiban pajak perusahaan.

LANDASAN TEORI

Teori *Triple Bottom Line (People, Planet, Profit)*

Istilah *Triple Bottom Line* diperkenalkan oleh John Elkington's dalam buku berjudul *Partnerships from Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st – Century Business* pada tahun 1998. (John Elkington, 1998.) menyatakan bahwa teori ini menegaskan jika suatu perusahaan ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya maka

perusahaan harus memperhatikan aspek 3P (*People, Profit, and Planet*), yang dimana suatu perusahaan tidak hanya mengejar profit atau keuntungan saja namun juga turut berkontribusi dalam penemuan kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat (*people*) serta ikut serta dalam hal menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Teori Keagenan

Menurut (Ishaqi dan Hermanto 2022) teori keagenan merupakan rumusan permasalahan yang menjelaskan mengenai konflik antara pemilik perusahaan (*principal*) dengan pengelola perusahaan (*agent*). Konflik keagenan yang terjadi antara *agent* dan *principal* karena adanya kemungkinan *agent* tidak selalu berbuat sesuai dengan kepentingan *principal* sehingga dapat menimbulkan adanya biaya keagenan.

Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa keberhasilan perusahaan sangat bergantung pada kemampuan dalam menyeimbangkan berbagai kepentingan dari para pemangku kepentingan. Teori *stakeholder* berkaitan dengan pengelolaan hubungan antara manajemen perusahaan dengan stakeholder baik *inside stakeholder* maupun *outside stakeholder*. (Primawati & Andajani, 2023) menjelaskan bahwa hubungan perusahaan terhadap *stakeholder* dapat dilakukan melalui pengungkapan tanggung jawab sosial lingkungan dan ekonomi. Perusahaan tidak hanya bertanggung jawab terhadap para pemilik tetapi juga memiliki tanggung jawab terhadap kondisi lingkungan dan sosial di masyarakat.

Teori Sinyal

Menurut (Primawati & Andajani, 2023) teori sinyal menyatakan bahwa perusahaan memiliki informasi yang lebih baik mengenai laba untuk menyampaikan informasi kepada para calon investor sehingga harga saham tersebut akan meningkat. Informasi sangat penting bagi investor dan pelaku bisnis menyajikan catatan serta gambaran yang baik untuk melihat keadaan masa lalu maupun keadaan masa yang akan datang. Informasi keuangan yang lengkap, relevan dan tepat waktu diperlukan oleh investor dalam pasar modal.

Nilai perusahaan

Nilai perusahaan merupakan nilai yang menggambarkan kemakmuran para pemegang saham, jika nilai perusahaan tinggi, tingkat kemakmuran pemegang saham semakin tinggi. Nilai perusahaan berhubungan dengan harga saham sehingga dapat

dikatakan bahwa dengan meningkatnya nilai suatu perusahaan akan berdampak juga pada peningkatan kemakmuran para pemegang saham (Ishaqi & Hermanto, 2021) Nilai perusahaan pada penelitian ini diproksikan dengan *price to book value* (PBV) yang merupakan perbandingan antara nilai buku saham perusahaan dengan nilai saham yang beredar di pasar modal.

Corporate Social Responsibility

Corporate social responsibility merupakan mekanisme di mana organisasi dapat secara sadar mengintegrasikan perhatian terhadap sosial, ekonomi, dan lingkungan dalam operasinya dan interaksi dengan *stakeholders* yang melampaui tanggung jawab sosial khususnya pada bidang hukum. Tanggung jawab social perusahaan didasarkan pada *triple bottom line (TBL)*, yaitu *profit* (laba), *planet* (lingkungan yang sehat), dan *people* (kesejahteraan masyarakat) yang secara tidak langsung akan memberikan keuntungan. Perusahaan memiliki peran dalam pelaksanaan kegiatan produksi dan memiliki peran dalam mengembangkan masyarakat.

Agresvitas Pajak

(Siregar & Azzahra, 2022) menyatakan bahwa agresivitas pajak dapat didefinisikan sebagai aktivitas perencanaan pajak, yaitu menghindari pembayaran pajak atau membuat rendah beban pajak yang dibayarkan secara signifikan. Beban pajak yang dipikul oleh subjek pajak badan, memerlukan perencanaan yang baik, oleh karena itu strategi perpajakan menjadi mutlak diperlukan untuk mencapai perusahaan yang optimal. Strategi dan perencanaan pajak ditandai dengan transparansi yang lebih rendah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data numerical (angka) yang diolah menggunakan metode statistika. Pada dasarnya, pendekatan kuantitatif dilakukan pada penelitian inferensial (dalam rangka pengujian hipotesis) dan menyadarkan kesimpulan hasilnya pada suatu probabilitas kesalahan penolakan hipotesis nihil. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antar variabel yang diteliti.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2022. Perusahaan sektor energi dipilih karena perusahaan sektor ini bergerak dengan memiliki modal yang tidak sedikit serta hasil produk yang dihasilkan dapat mempengaruhi lingkungan sekitar.

Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu pemilihan sample secara tidak acak yang informasinya diperoleh menggunakan pertimbangan tertentu. Data yang dikumpulkan berdasarkan pada *Annual Report* dan *Sustainability Report* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2022 pada sektor energi yaitu sebanyak 60 perusahaan.

HASIL PENELITIAN

Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized			Standardized Coefficients		
	Coefficients	Std. Error	Beta	t	Sig.	
1 (Constant)	1,393	1,107		1,258	0,214	
CSR	-1,078	0,381	-0,405	-2,830	0,007	
CETR	-0,055	0,319	-0,023	-0,173	0,863	
AGE	-0,260	0,257	-0,171	-1,014	0,315	
UDK	1,104	0,413	0,394	2,674	0,010	
INDP	0,906	0,623	.0,187	1,455	0,152	

a. *Dependent Variable: PBV*

Sumber : Hasil olah data SPSS 23

Berdasarkan tabel 4.8, pada analisis regresi menunjukkan bahwa variabel independen *Corporate social responsibility (CSR)* memiliki tanda negatif dengan nilai signifikansi 0,007 yang lebih kecil dari *level of significant* (α) 5%. Hasil tersebut membuktikan bahwa H_2 diterima, dimana *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan (*PBV*). Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi rasio *CSR*, maka semakin rendah nilai perusahaan.

Variabel independen Agresivitas pajak (*CETR*) pada regresi model memiliki tanda negatif dengan nilai signifikansi 0,863 yang lebih besar dari nilai *level of significant* (α) 5%. Hasil tersebut membuktikan bahwa H_3 ditolak, dimana *CETR* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (*PBV*). Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi rasio *CETR*, maka tidak akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Variabel kontrol umur perusahaan (*AGE*) pada regresi memiliki tanda negatif dengan nilai signifikansi 0,315 yang lebih besar dari nilai *level of significant* (α) 5%. Hasil tersebut membuktikan bahwa *AGE* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (*PBV*). Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi nilai *AGE*, maka tidak akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Variabel kontrol ukuran dewan komisaris (*UDK*) pada regresi memiliki tanda positif dengan nilai signifikansi 0,010 yang lebih kecil dari nilai *level of significant* (α) 5%. Hasil tersebut membuktikan bahwa *UDK* berpengaruh terhadap nilai perusahaan (*PBV*). Maka semakin tinggi anggota dewan komisaris, maka nilai perusahaan semakin baik.

Variabel kontrol dewan komisaris independen (*INDP*) pada regresi memiliki tanda positif dengan nilai signifikansi 0,152 yang lebih besar dari nilai *level of significant* (α) 5%. Hasil tersebut membuktikan bahwa *INDP* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (*PBV*). Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi anggota dewan komisaris independen yang dimiliki perusahaan, maka tidak akan mempengaruhi nilai perusahaan.

KESIMPULAN

1. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kegiatan CSR oleh perusahaan adalah strategi jangka panjang guna menjaga keberlangsungan perusahaan dan tidak semua program CSR bisa dinikmati jangka pendek. Program CSR perusahaan yang dilakukan tiap tahun yang akan berdampak merugikan jika tidak diiringi dengan peningkatan rasio keuangan.
2. Agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Untuk meminimalkan beban pajak, perusahaan dapat menggunakan cara legal (penghindaran pajak), cara ilegal (*tax evasion*) maupun keduanya. *CETR* tidak mempengaruhi nilai perusahaan disebabkan karena investor dalam menilai perusahaan cenderung fokus pada faktor lain diluar perpajakan seperti profitabilitas, likuiditas perusahaan, tingkat *leverage* dan sebagainya.
3. Umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Adanya persaingan bisnis antar perusahaan yang mana semakin tua umur perusahaan tidak memberikan jaminan atas kestabilan kinerja perusahaan. Dengan tidak mampu bersaing dengan perusahaan lain, menyebabkan investor memilih perusahaan dengan kinerja keuangan yang stabil dan tinggi yang dapat mempengaruhi harga saham dan nilai perusahaan.
4. Ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dewan komisaris mampu mengawasi kinerja direksi dan manajemen dalam melaksanakan tugas. Semakin baik kinerja dewan komisaris maka semakin baik pula kinerja dari direksi dan manajemen dalam melakukan kegiatan perusahaan yang akan meningkatkan nilai perusahaan.
5. Dewan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Jumlah dewan komisaris independen tidak dapat dijadikan jaminan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini kemungkinan dikarenakan keberadaan komisaris independen hanya sebagai formalitas untuk memenuhi regulasi dari Otoritas Jasa Keuangan

DAFTAR PUSTAKA

- Sumantri, I. I., & Andini, I. A. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Bareleng*, 4(1), 50–63. <https://doi.org/10.33884/jab.v4i1.1552>
- Primawati, D. A., & Andajani, A. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan (JIAKu)*, 2(3), 304–325. <https://doi.org/10.24034/jiaku.v2i3.6112>
- Sari, S. R. K., & Setiahadi, R. (2019). How Important CSR to Mining Companies: Empirical Case in Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 347(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/347/1/012121>
- Tarmidi, D. (2023). Peran Transparansi Informasi Dalam Memoderasi Pengaruh Agresivitas Pajak Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Media Akuntansi Perpajakan*, 8(1), 8–15. <https://doi.org/10.52447/map.v8i1.6859>
- Indarti, R., Nelyumna, & Sudarmaji, E. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital dan Srtuktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Studi EmpirisPerusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek IndonesiaTahun2017-2019). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Pancasila*, 1(2), 133–148.
- Siregar, M., & Azzahra, K. (2022). the Effect of Corporate Social Responsibility, Company Size and Capital Intensity on Tax Avoidance. *Marginal: Journal of Management, Accounting, General Finance and International Economic Issues*, 1(4), 125–142. <https://doi.org/10.55047/marginal.v1i4.309>