



PERAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI PEMODERASI DALAM MEMPREDIKSI PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK DI INDONESIA: KAJIAN TEORI LEGITIMASI

Achmad Badjuri, Jaeni, Andi Kartika

Fakultas Ekonomika dan Bisnis UNiversitas Stikubank Semarang
Jl. Kendeng V Bendan Ngisor, Semarang, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima:
20 Agustus 2020

Disetujui:
9 Juni 2021

Keywords:
profitability, company size, corporate social responsibility, tax aggressiveness

Kata Kunci:
profitabilitas, ukuran perusahaan, tanggung jawab sosial perusahaan, pajak agresif

Abstract

This study was conducted to examine the effect of profitability and company size with Corporate Social Responsibility as moderation, the object of research used by manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2014-2017 period. The number of samples selected was 179 observations determined using the purposive sampling method. The analysis technique used is Moderated Regression Analysis. The results of the analysis of this study stated that profitability and firm size had a significant negative effect on tax aggressiveness while for moderating variables Corporate Social Responsibility strengthened profitability and weakened company size towards tax aggressiveness

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan dengan moderasi *Corporate Social Responsibility*, objek penelitian yang digunakan oleh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2017. Jumlah sampel yang dipilih sebanyak 179 observasi yang ditentukan dengan menggunakan metode purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Moderated. Hasil analisis penelitian ini menyatakan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak sedangkan untuk variabel moderasi *Corporate Social Responsibility* memperkuat profitabilitas dan memperlemah ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak.

✉ Corresponding Author:
Achmad Badjuri

E-mail:
achmadbajuri@edu.unisbank.ac.id

ISSN (print): 1412-3126
ISSN (online): 2655-3066

PENDAHULUAN

(Sumber penerimaan yang berasal dari pajak masih menjadi penerimaan terbesar bagi Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Pajak selalu menjadi fokus pemerintah karena pajak menjadi tumpuan terbesar di dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Besarnya pajak yang harus disetorkan ke kas negara tergantung dari besarnya jumlah laba yang didapat perusahaan selama satu tahun. Pembayaran pajak yang sesuai dengan ketentuan tentunya akan bertentangan dengan tujuan utama perusahaan, yaitu memaksimalkan keuntungan atau laba, sehingga perusahaan tersebut berusaha untuk meminimalkan biaya pajak yang ditanggungnya (Devi & Gede, 2019). Cara yang dilakukan oleh perusahaan antara lain dengan *tax planning* atau dengan agresivitas pajak. Agresivitas Pajak Perusahaan juga dinilai dari seberapa besar perusahaan tersebut mengambil langkah penghindaran pajak dengan memanfaatkan celah-celah yang ada dalam peraturan perpajakan. Maka dengan begitu, perusahaan akan dianggap semakin agresif terhadap perpajakan. Beberapa faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam melakukan Agresivitas Pajak, diantaranya adalah Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan *Corporate Social Responsibility*. Faktor-faktor ini yang akan digunakan peneliti dalam mendeteksi perilaku wajib pajak dalam melakukan agresivitas pajak.

Corporate Social Responsibility (CSR), menurut *The World Business Council For Sustainable Development* (WBCSD) atau yang saat ini dinamakan *business action for sustainable development* mendefinisikan CSR sebagai komitmen berkelanjutan dari para pelaku bisnis untuk berperilaku secara etis dan memberi kontribusi bagi pembangunan ekonomi, sementara pada saat yang sama meningkatkan kualitas hidup dari para pekerja

dan keluarganya demikian pula masyarakat lokal dan masyarakat luas. Penelitian yang menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) maka semakin rendah agresivitas yang dilakukan perusahaan (Yoehana, 2013) dan CSR memiliki pengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak (Mustika, 2017) (Yani, 2017). Sedangkan menurut hasil penelitian yang mengungkapkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak (Yoehana, 2013). Hasil penelitian yang tidak konsisten tersebut dapat mendorong untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang pengaruh variabel - variabel terhadap Agresivitas pajak.

Tujuan dalam penelitian ini untuk menganalisis pengaruh Profitabilitas, Ukuran perusahaan terhadap Agresivitas Pajak dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu memoderasi profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas pajak, dimana wajib pajak melakukan agresivitas pajak dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya. Penelitian diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan mengenai pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap agresivitas pajak dengan *corporate social responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi, dan menjadi bahan referensi untuk pengambilan kebijakan oleh perusahaan. Urgensi penelitian ini akan berfokus pada evaluasi *corporate social responsibility* sebagai faktor moderasi dan melihat dampak pada agresivitas pajak yang dilakukan oleh wajib pajak badan yakni perusahaan manufaktur di Indonesia. Diharapkan dengan perkembangan *corporate social responsibility* ini dapat membantu dalam mengambil kebijakan yang dilakukan oleh fiskus.

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Landasan Teori

Teori Legitimasi

Teori legitimasi merupakan salah satu teori yang paling banyak disebutkan dalam bidang akuntansi sosial dan lingkungan. Teori legitimasi telah digunakan dalam kajian akuntansi untuk mengembangkan teori pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungannya tempat perusahaan beroperasi. Hal ini sejalan dengan *legitimacy theory* yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai justice, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan. *Legitimacy theory* menyatakan bahwa organisasi harus secara terus-menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat (Yoehana, 2013).

Untuk bisa mempertahankan kelangsungan hidupnya, perusahaan mengupayakan sejenis legitimasi atau pengakuan baik dari investor, kreditor, konsumen, pemerintah maupun masyarakat sekitar. Untuk memperoleh legitimasi dari investor, perusahaan senantiasa meningkatkan return saham bagi investor. Untuk memperoleh legitimasi dari kreditor, perusahaan meningkatkan kemampuannya mengembalikan hutang. Untuk memperoleh legitimasi dari konsumen, perusahaan senantiasa meningkatkan mutu produk dan layanan. Untuk mendapatkan legitimasi dari pemerintah, perusahaan mematuhi segala peraturan perundang-undangan yang ditetapkan oleh pemerintah. Untuk memperoleh legitimasi dari masyarakat, perusahaan melakukan aktivitas

pertanggungjawaban sosial. Teori Legitimasi menyatakan bahwa perusahaan akan memiliki tanggung jawab yang lebih besar daripada perusahaan kecil (Yoehana, 2013).

Agresivitas Pajak

Perusahaan menganggap pajak sebagai sebuah tambahan beban biaya yang dapat mengurangi keuntungan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan diprediksi melakukan tindakan yang akan mengurangi beban pajak perusahaan. Menurut Frank dkk. (2009) tindakan yang dilakukan perusahaan untuk mengurangi pendapatan kena pajak melalui perencanaan pajak baik secara legal (*tax avoidance*) maupun illegal (*tax evasion*) disebut dengan agresivitas pajak perusahaan. Walaupun tidak semua tindakan perencanaan pajak melanggar hukum, akan tetapi semakin banyak celah yang digunakan maka perusahaan tersebut dianggap semakin agresif.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau nilai hasil akhir operasional perusahaan selama periode. Laba dijadikan indikator bagi para *stakeholder* untuk menilai sejauh mana kinerja manajemen dalam mengelola suatu perusahaan. Tingkat kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dapat dilihat dan diukur dengan cara menganalisis laporan keuangan melalui rasio profitabilitas. Pendapatan yang diperoleh perusahaan cenderung berbanding lurus dengan pajak yang dibayarkan, sehingga semakin besar keuntungan yang diperoleh perusahaan maka semakin tinggi juga beban pajak yang harus ditanggung perusahaan. Sebaliknya, perusahaan dengan tingkat laba yang rendah maka akan membayar pajak yang lebih rendah atau bahkan tidak membayar pajak jika mengalami kerugian. Dengan sistem kompensasi pajak, kerugian dapat mengurangi besarnya pajak yang harus ditanggung pada tahun berikutnya. Seperti penelitian yang

menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak (Devi & Gede, 2019) (Sari, 2018).

Berdasarkan uraian di atas maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Agresivitas Pajak

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak

Ukuran perusahaan merupakan suatu pengukuran yang dikelompokkan berdasarkan besar kecilnya perusahaan dan menggambarkan aktivitas serta pendapatan perusahaan, ukuran perusahaan sebagai skala atau nilai yang dapat mengklasifikasikan suatu perusahaan ke dalam kategori besar atau kecil berdasarkan total aset, log size, dan sebagainya. Semakin besar total aset mengindikasikan semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Semakin besar ukuran perusahaannya, maka transaksi yang dilakukan akan semakin kompleks.

Perusahaan besar lebih banyak melakukan agresivitas pajak dibanding perusahaan kecil karena perusahaan besar menginginkan laba dan kekuatan politik yang lebih dibandingkan perusahaan kecil dan mampu untuk mengurangi beban pajak yang dikenakan. Semakin perusahaan tersebut besar maka tentu mempunyai perilaku operasi yang besar juga. Perusahaan dalam skala besar tentu mempunyai pengalaman lebih lama untuk melakukan operasinya, dan mempunyai pengalaman yang lebih dalam strategi untuk keberlanjutan operasinya, tak terkecuali tindakan meminimalkan (Devi & Gede, 2019).

Sejalan dengan penelitian yang menyatakan Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap agresivitas pajak (Gemilang, 2017) (Tiaras & Wijaya, 2015) (Luke, 2016). Berdasarkan uraian di atas maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Agresivitas Pajak

Pengaruh Profitabilitas terhadap Penghindaran Pajak dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Moderasi

Perusahaan di Indonesia sudah mulai menganggap penting keberadaan *corporate social responsibility*, sehingga semakin besar keuntungan yang diperoleh akan semakin tinggi juga nilai dari kinerja *corporate social responsibility* yang dilakukan. *Corporate social responsibility* juga dapat digunakan perusahaan agar lebih unggul dari pesaing dalam hal mendapatkan keuntungan. Begitu sebuah perusahaan dalam suatu industri telah berhasil menerapkan kebijakan *corporate social responsibility*, perusahaan pesaing mungkin terpaksa untuk terlibat juga dalam aktivitas *corporate social responsibility*. Jika perusahaan pesaing tidak menerapkan *corporate social responsibility*, maka perusahaan pesaing tersebut terancam kehilangan loyalitas konsumen. Di sisi lain, beberapa perusahaan yang terlibat dalam *corporate social responsibility* hanya karena mereka percaya bahwa hal tersebut benar untuk dilakukan.

Terlepas dari dasar tersebut, *corporate social responsibility* telah menjadi istilah yang lazim digunakan di arena bisnis. *Corporate social responsibility* dianggap sebagai faktor kunci dalam keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan (Lanis & Richardson, 2012). Perusahaan dengan kualitas *corporate social responsibility* yang baik, tidak melakukan penghindaran pajak pada kondisi kinerja laba tinggi apalagi akan ada laporan pertanggungjawaban yang akan membuat perusahaan lebih transparan (Sari, 2018). Sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa adanya pengaruh antara Profitabilitas dan *corporate social responsibility* terhadap penghindaran pajak (Devi & Gede, 2019).

Berdasarkan uraian di atas maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₃: *Corporate Social Responsibility* mampu memperkuat pengaruh Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Penghindaran Pajak dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Moderasi

Perusahaan diklasifikasikan kecil atau besar dari salah satunya dari kecil besarnya total penjualan perusahaan. Tolok ukur yang digunakan untuk memperlihatkan kecil besarnya suatu perusahaan, antara lain total penjualan, jumlah pelanggan tetap dan total aktiva. Semakin besar total penjualan atau aset, maka ukuran suatu perusahaan semakin besar. Kegiatan *corporate social responsibility* merupakan perwujudan perhatian perusahaan terhadap masyarakat, selain dengan membayar pajak dengan benar dan baik. *Corporate social responsibility* merupakan wujud hubungan komunikasi. Hal ini dilakukan agar perusahaan memiliki citra positif dimata *stakeholder* maupun masyarakat luas. Sejalan dengan teori legitimasi disamping mendapatkan keuntungan yang maksimal perusahaan dituntut untuk perhatian kepada masyarakat. Ukuran perusahaan dapat berhubungan positif dengan agresivitas pajak. Akan tetapi, ketika terjadi faktor lain seperti adanya *corporate social responsibility* diduga akan memperlemah hubungan antara ukuran perusahaan dengan agresivitas pajak. *Corporate social responsibility* tersebut akan memperkuat nilai CETR yang berarti perusahaan akan lebih transparan untuk membangun hubungan yang baik dengan masyarakat ataupun *stakeholder* (Findria, 2017).

Berdasarkan uraian di atas maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut :

H₄: *Corporate Social Responsibility* mampu memperlemah pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak

Definisi Konsep, Operasional, dan Pengukuran Variabel

Variabel Dependen

Variabel Dependen merupakan variabel yang terikat dan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya. Dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah Agresivitas Pajak. Agresivitas pajak dapat diukur dengan berbagai cara. Menurut Sari &

Martani (2010) agresivitas pajak dapat diukur dengan menggunakan *effective tax rate*, *cash effective tax rate*, *book-tax difference* Manzon-Plesko, *book-tax difference* desai-Dharmapala dan *tax planning*. Lanis & Richardson (2012) menggunakan ETR untuk mengukur agresivitas pajak dengan alasan beberapa penelitian sebelumnya banyak menggunakan ETR untuk mengukur agresivitas pajak. Semakin rendah nilai ETR mengindikasikan adanya agresivitas pajak dalam perusahaan. ETR yang rendah menunjukkan beban pajak penghasilan yang lebih kecil dari pendapatan sebelum pajak. Dalam penelitian ini variabel dependen atau agresivitas pajak perusahaan diukur dengan *Effective Tax Rates* (ETR) yang mengadopsi pengukuran yang dilakukan oleh Nugraha & Meiranto (2015) yaitu :

$$ETR = \frac{\text{Tax Expense}}{\text{Pre Tax Income}} \times 100\%$$

Variabel Independen

1. Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Profitabilitas merupakan indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan dengan laba yang dihasilkan. Laba dijadikan indikator oleh *stakeholder* untuk menilai sejauh mana kinerja manajemen mengelola perusahaan. Profitabilitas adajuga merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Profitabilitas terdiri dari beberapa rasio, yang salah satunya adalah *return on assets* (ROA). *Return on assets* merupakan perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan total aset.

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih sebelum pajak}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

2. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan salah satu karakteristik perusahaan yang merupakan variabel penduga dan banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Ukuran perusahaan menggambarkan seberapa besar aset yang dimiliki perusahaan. Ukuran

perusahaan dapat diukur dengan natural logarithma total aset dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{size} = \ln(\text{total aset})$$

Variabel Moderasi

Variabel moderasi adalah variabel yang mempengaruhi (memperkuat atau memperlemah) hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Variabel pemoderasi dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility*. *Corporate Social Responsibility* (CSR) diprosikan dengan pengungkapan CSR yang diukur dengan menggunakan check list yang mengacu pada indikator pengungkapan yang digunakan secara umum di dunia yaitu *global reporting initiative* atau GRI G.4 yang mulai berlaku di Indonesia pada tahun 2013.

Total Indikator yang digunakan dalam penelitian ini mencapai 91 indikator pengungkapan standar khusus, yang terdiri dari 9 indikator ekonomi, 34 indikator lingkungan, 16 indikator tenaga kerja, 12 indikator Hak Asasi Manusia, 11 indikator social, 9 indikator produk. Pengukuran ini dilakukan dengan cara mencocokkan item pada *checklist* data dengan item yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Apabila item y diungkapkan maka diberi nilai 1, jika item y tidak diungkapkan maka diberi nilai 0 Setelah memberi nilai pada setiap item, maka dapat dihitung pengungkapan CSR dengan proksi CSRI, yang rumusnya sebagai berikut:

$$CSRI = \frac{\sum n}{k}$$

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014 hingga 2017, dipilih perusahaan manufaktur dikarenakan industri manufaktur merupakan industri dengan jumlah perusahaan terbanyak dibandingkan dengan industri lain sehingga diharapkan mampu merepresentasikan keadaan

di Indonesia, dan untuk menghindari efek bias industri.

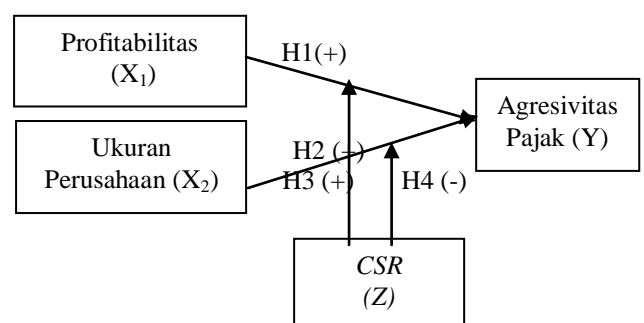
Sampel dipilih dengan menggunakan *purposive sampling method*, yaitu penentuan sampel atas dasar kesesuaian karakteristik dan kriteria tertentu. Kriteria yang ditetapkan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini ditentukan sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur yang secara berturut-turut menyediakan laporan tahunan di Bursa Efek Indonesia tahun 2014 – 2017
2. Perusahaan manufaktur tersebut tidak delisting selama periode pengamatan
3. Perusahaan tidak mengalami rugi selama tahun pengamatan

Perusahaan manufaktur yang menggunakan mata uang rupiah.

Kerangka Berfikir

Kerangka penelitian ini dapat disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 2. Kerangka Penelitian

Teknik Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik *Moderated Regression Analysis* (MRA). MRA merupakan salah satu metode yang digunakan untuk melihat apakah suatu variabel dapat memoderasi pengaruh antara variabel dependen dengan variabel independennya. Variabel moderasi ini dapat memperkuat atau bahkan memperlemah hubungan variabel dependen dan independennya. Analisis MRA menggunakan pendekatan analitik yang mempertahankan integritas sample dan memberikan dasar untuk

mengontrol pengaruh variabel moderator. Model persamaan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

$$ETR = \alpha + \beta_1 ROA + \beta_2 SIZE + \beta_1 CSR * \beta_2 ROA + \beta CSR * \beta SIZE + e$$

Keterangan:

ETR : *Agresivitas Pajak*

α : Konstanta persamaan regresi

β : Koefisien regresi

X_1 : Profitabilitas

X_2 : Ukuran Perusahaan

Z : *Corporate Social Responsibility*

$X_1 Z$: Interaksi antara Profitabilitas dengan *Corporate Social Responsibility*

$X_2 Z$: Interaksi antara Ukuran Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility*

e : *Error* (nilai kesalahan)

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis

Uji Normalitas

Hasil uji normalitas disajikan dalam table 1.

Pada analisis *skewness* dan *kurtosis* dapat dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$Skewness = \frac{0,108}{\sqrt{\frac{6}{179}}} = 0,590$$

$$Kurtosis = \frac{0,200}{\sqrt{\frac{24}{179}}} = 0,546$$

Hasil dari perhitungan nilai *skewness* dan *kurtosis* harus diantara -1,96 dan +1,96 agar data tersebut dikatakan terdistribusi normal, dari hasil perhitungan diatas nilai *skewness* dan *kurtosis* berada diantara -1,96 dan +1,96 maka data tersebut berdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik

Hasil uji asumsi klasik yang meliputi uji multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 1. Uji Normalitas

	N	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Unstandardized Residual	179	0,108	0,182	0,200	0,361

Tabel 2. Uji asumsi klasik

Variabel	Hasil
<i>Constant</i>	0,246
ROA	
<i>Tolerance</i>	0,214
VIF	4,675
<i>Sig. Heterokedastisitas</i>	0,435
SIZE	
<i>Tolerance</i>	0,851
VIF	1,176
<i>Sig. Heterokedastisitas</i>	0,938
CSR_ROA	
<i>Tolerance</i>	0,161
VIF	6,204
<i>Sig. Heterokedastisitas</i>	0,700
CSR_SIZE	
<i>Tolerance</i>	0,417
VIF	2,397
<i>Sig. Heterokedastisitas</i>	0,284
Durbin-Watson	2,107

Hasil pengujian asumsi klasik tersebut dapat dinyatakan telah memenuhi asumsi klasik, karena untuk hasil uji multikolinearitas nilai VIF nya < 10; untuk heteroskedastisitas seluruh variable independen tidak signifikan terhadap residual (> 0,05); dan untuk uji autokorelasi menghasilkan angka Durbin-

Watson 2,107 berada pada area *no-autocorrelation* [3].

Hasil Uji Model dan Hipotesis

Hasil uji model dan hipotesis disajikan dalam table sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Model dan Hipotesis

Variabel	Hasil
<i>Constant</i>	0,379
ROA	
<i>Nilai t_hitung</i>	-1,878
<i>Koefisien</i>	-0,083
<i>Signifikansi</i>	0,062**
SIZE	
<i>Nilai t_hitung</i>	-2,729
<i>Koefisien</i>	-0,004
<i>Signifikansi</i>	0,007*
CSR_ROA	
<i>Nilai t_hitung</i>	1,793
<i>Koefisien</i>	0,235
<i>Signifikansi</i>	0,075**
CSR_SIZE	
<i>Nilai t_hitung</i>	-1,670
<i>Koefisien</i>	-0,002
<i>Signifikansi</i>	0,097**
F Hitung	4,583
Signifikansi	0,002 ^a
Adj R square	0,072

* : Signifikan pada tingkat 5%

** : Signifikan pada tingkat 10%

Hasil uji model menunjukkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian dinyatakan memenuhi *goodness of fit* model nilai F hitung sebesar 4,583 signifikan pada level 0,05 (0,002). Kemampuan menjelaskan dari empat variable independen (profitabilitas dan ukuran perusahaan) terhadap variable dependen (agresivitas pajak) sebesar 7,2% (0,072). Kemampuan variable penjelas ini tergolong relative rendah.

Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas (ROA) terhadap Agresivitas Pajak (ETR)

Berdasarkan hasil menunjukkan bahwa *profitability* berpengaruh negative signifikan terhadap Agresivitas Pajak. Berdasarkan hasil pengujian, maka H_1 yang menyatakan *profitability* berpengaruh positif signifikan terhadap Agresivitas Pajak ditolak.

Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang mempunyai tingkat keuntungan tinggi justru memiliki beban pajak yang rendah. Hal ini dapat dipengaruhi oleh pendapatan yang seharusnya tidak dimasukkan sebagai objek pajak tetapi dimasukkan sebagai objek pajak. Hasil penelitian ini didukung oleh Chen dkk. (2010) yang berpendapat bahwa perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi memiliki kesempatan untuk memposisikan diri dalam *tax planning* yang mengurangi jumlah beban kewajiban perpajakan.

Perusahaan dapat mengurangi jumlah beban pajaknya dengan cara memanfaatkan peraturan PPh pasal 4 ayat 3 tentang bukan objek pajak dengan memilih atau menghasilkan pendapatan yang bukan objek pajak. Misalnya Perseroan Terbatas atau PT dapat berinvestasi pada perusahaan atau badan usaha di Indonesia, dan deviden yang diterima oleh PT akan di kategorikan sebagai pendapatan yang tidak termasuk objek pajak dengan syarat PT memiliki saham paling sedikit 25% dari jumlah modal disetor pada perusahaan sebagaimana diatur pada UU PPh pasal 4 ayat 3. Hasil penelitian ini sejalan dengan yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negative

terhadap agresivitas pajak (Lanis & Richardson, 2012).

Pengaruh Ukuran Perusahaan (SIZE) terhadap Agresivitas Pajak (ETR)

Berdasarkan hasil menunjukkan bahwa *size* berpengaruh negatif signifikan terhadap Agresivitas Pajak. Berdasarkan hasil pengujian, maka H_2 yang menyatakan *size* berpengaruh positif signifikan terhadap Agresivitas Pajak ditolak.

Size atau ukuran perusahaan dapat diartikan suatu skala dimana perusahaan dapat diklasifikasikan besar kecilnya menurut berbagai cara, salah satunya adalah dengan besar kecilnya aset yang dimiliki. Ukuran perusahaan dapat menentukan besar kecilnya aset yang dimiliki perusahaan, semakin besar aset yang dimiliki semakin meningkat juga jumlah produktifitas. Aset yang dimiliki suatu perusahaan berhubungan dengan besar kecilnya perusahaan, perusahaan yang besar cenderung mempunyai aset yang besar. Aset akan mengalami penyusutan setiap tahunnya yang dapat mengurangi laba bersih perusahaan, sehingga menurunkan beban pajak yang dibayarkan. Laba yang tinggi yang diperoleh perusahaan memberikan konsekuensi akan semakin tingginya pajak yang harus dikeluarkan oleh perusahaan. Kondisi ini menjadikan manajer akan berusaha memperkecil pajak yang dilaporkan namun dengan melaporkan laba yang tetap tinggi, dimana salah satunya adalah dengan mengalihkan ke dalam pajak ditahan. Kondisi demikian dapat menyebabkan beban pajak total menjadi lebih kecil.

Adanya pengaruh negatif yang signifikan dari ukuran perusahaan terhadap ETR dikarenakan perusahaan besar memiliki ruang lebih besar untuk perencanaan pajak yang baik dan mengadopsi praktek akuntansi yang efektif untuk menurunkan ETR perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang menyebutkan bahwa semakin besar perusahaan maka semakin relatif rendah tarif pajak efektifnya (Lanis & Richardson, 2013).

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* memperkuat Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak (ETR)

Berdasarkan hasil menunjukkan bahwa CSR_ROA berpengaruh positif signifikan terhadap Agresivitas Pajak, maka H₃ yang menyatakan *Corporate Sosial Responsibility* memperkuat Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak diterima.

Corporate Social Responsibility memperkuat pengaruh antara Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak. Perusahaan di Indonesia sudah mulai menganggap penting keberadaan *corporate social responsibility*, sehingga semakin besar keuntungan yang diperoleh akan semakin tinggi juga nilai dari kinerja *corporate social responsibility* yang dilakukan. *corporate social responsibility* juga dapat digunakan perusahaan agar lebih unggul dari pesaing dalam hal mendapatkan keuntungan. Begitu sebuah perusahaan dalam suatu industri telah berhasil menerapkan kebijakan *corporate social responsibility*, perusahaan pesaing mungkin terpaksa untuk terlibat juga dalam aktivitas *corporate social responsibility*.

Perusahaan dalam menjalankan usahanya memiliki tujuan untuk memperoleh laba/profit yang maksimal. Akan tetapi perusahaan juga memiliki kewajiban untuk membayar pajak. Beban pajak yang dibayarkan perusahaan akan berdampak pada berkurangnya laba perusahaan. Untuk tetap menjaga atau mengoptimalkan laba perusahaan maka upaya meminimalkan beban pajak dilakukan melalui praktik penghindaran pajak. Perusahaan dengan kualitas *corporate social responsibility* yang baik tidak melakukan penghindaran pajak pada kondisi kinerja laba tinggi apalagi akan ada laporan pertanggungjawaban yang akan membuat perusahaan lebih transparan. Begitu juga menurut penelitian yang lain menyatakan adanya pengaruh antara Profitabilitas dan *corporate social responsibility* terhadap penghindaran pajak (Luke, 2016).

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* memperlemah pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak (ETR)

Berdasarkan hasil menunjukkan bahwa CSR_SIZE berpengaruh negatif signifikan terhadap Agresivitas Pajak, maka H₄ uamh menyatakan *Corporate Sosial Responsibility* memperlemah antara Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas pajak diterima

Perusahaan diklasifikasikan kecil atau besar dari salah satunya dari kecil besarnya total penjualan perusahaan. Tolok ukur yang digunakan untuk memperlihatkan kecil besarnya suatu perusahaan, antara lain total penjualan, jumlah pelanggan tetap dan total aktiva. Semakin besar total penjualan atau aset, maka ukuran suatu perusahaan semakin besar. Kegiatan *corporate social responsibility* merupakan perwujudan perhatian perusahaan terhadap masyarakat, selain dengan membayar pajak dengan benar dan baik. *Corporate social responsibility* merupakan wujud hubungan komunikasi. Hal ini dilakukan agar perusahaan memiliki citra positif dimata *stakeholder* maupun masyarakat luas.

Sejalan dengan teori legitimasi disamping mendapatkan keuntungan yang maksimal perusahaan dituntut untuk perhatian kepada masyarakat. Ukuran perusahaan dapat berpengaruh dengan agresivitas pajak. Akan tetapi, ketika terjadi faktor lain seperti adanya *corporate social responsibility* akan memperlemah hubungan antara ukuran perusahaan dengan agresivitas pajak. Dengan adanya *corporate social responsibility* yang baik akan memperkuat nilai ETR yang berarti perusahaan akan lebih transparan untuk membangun hubungan yang baik dengan masyarakat ataupun *stakeholder* (Findria, 2017).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil analisis dari penelitian ini menyatakan bahwa profitabilitas dan ukuran

perusahaan, berpengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak sedangkan untuk variabel moderasi *Corporate Social Responsibility* memperkuat profitabilitas dan memperlemah ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak. Hasil ini sejalan dengan teori legitimasi disamping mendapatkan keuntungan yang maksimal perusahaan dituntut untuk perhatian kepada masyarakat. Profitabilitas dan Ukuran perusahaan dapat berpengaruh dengan agresivitas pajak. Akan tetapi, ketika terjadi faktor lain seperti adanya *corporate social responsibility* akan mendorong perusahaan melakukan agresivitas pajaknya.

Saran

Bagi peneliti berikutnya diharapkan dapat menambah jumlah variabel independen lain yang mempengaruhi Agresivitas Pajak, seperti: *Leverage* dan Manajemen Laba, dan juga dapat menambah pengamatan, serta meneliti di sektor lain selain sektor manufaktur, misal sektor perbankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Chen, S., Chen, X., Chen, Q., & Shevlin, T. . (2010). Are Family Firms More Tax Aggressiveness Than Non-Family Firms? *Journal of Financial Economics*, 95(41-61).
- Devi, D. A., & Gede, L. (2019). *Pengaruh Profitabilitas pada Agresivitas Pajak dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Variabel Moderasi*.
- Findria, P. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak dengan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 3(4).
- Frank, M. M., Lynch, J. L., & S.O., R. (2009). Are Financial and Tax Reporting Aggressiveness Reflective of Broader Corporate Policies? *The Accounting Review*, 84(2), 467-496.
- Gemilang, D. N. (2017). Pengaruh Likuiditas, Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Capital Intensity terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Property dan Real Estate yang terdaftar di BEI 2013-2015). *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institute Agama Islam Negeri Surakarta*.
- Lanis, R., & Richardson, G. (2012). Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis. *Journal of Accounting and Public Policy*, 31(1), 86-108.
- Lanis, R., & Richardson, G. (2013). Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: A test of Legitimacy Theory. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 26(1), 75-100.
- Luke, Z. (2016). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar dalam BEI 2012-2014). *Jurnal Universitas Diponegoro Semarang*.
- Mustika. (2017). *Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Capital Intensity dan Kepemilikan Keluarga terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan dan Pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pe*.
- Nugraha, N. B., & Meiranto, W. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage dan Capital Intensity terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Non Keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2012-2013). *Diponegoro Journal of Accounting*, 4(4), 1-14.
- Sari, K. S., & Martani, D. (2010). *Ownership Characteristic, Corporate Governance and Tax Aggressiveness*.
- Sari, N. A. (2018). Pengaruh Profitabilitas dan Leverage terhadap Penghindaran Pajak dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Variabel Moderasi. *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Malang*.

- Tiaras, I., & Wijaya, H. (2015). Pengaruh Likuiditas, Leverage, Manajemen Laba, Komisaris Independen dan Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak. *JOM FEB*, 1(1).
- Yani, P. D. (2017). *Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Intensitas Persediaan dan Ukuran Perusahaan terhadap Tingkat Agresivitas Wajib Pajak Badan Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2012-2016*.
- Yoehana, M. (2013). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar dalam BEI 2010-2011). *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang*.

LAMPIRAN

Indeks Pengungkapan CSR Berdasar GRI 4

NO	KODE	INDIKATOR
KATEGORI: EKONOMI		
Aspek: Kinerja Ekonomi		
1	EC 1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan
2	EC 2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim
3	EC 3	Cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti
4	EC 4	Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah
Aspek: Keberadaan Pasar		
5	EC 5	Rasio upah standar pegawai pemula (entry level) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan
6	EC 6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di lokasi operasi yang signifikan
Aspek: Dampak Ekonomi Tidak Langsung		
7	EC 7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan
8	EC 8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya
Aspek: Praktik Pengadaan		
9	EC 9	Perbandingan pembelian dari pemasok lokal di lokasi operasional yang signifikan
KATEGORI: LINGKUNGAN		
Aspek: Bahan		
10	EN 1	Bahan yang digunakan berdasarkan bobot atau volume
		Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang
11	EN 2	Konsumsi energi dalam organisasi
12	EN 3	Konsumsi energi dalam organisasi
13	EN 4	Konsumsi energi di luar organisasi
14	EN 5	Intensitas energy
15	EN 6	Pengurangan konsumsi energy
16	EN 7	Pengurangan kebutuhan energi pada produk dan jasa
Aspek: Air		
17	EN 8	Total pengambilan air berdasarkan sumber
18	EN 9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
19	EN 10	Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan

19	EN 10	
	Aspek : Keanekaragaman Hayati	
20	EN 11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa dan dikelola di dalam, atau yang berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung
21	EN 12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung
22	EN 13	Habitat yang dilindungi atau dipulihkan
23	EN 14	Jumlah total spesies dalam IUCN Red List dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan
	Aspek : Emisi	
24	EN 15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (cakupan 1)
25	EN 16	Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung (cakupan 2)
26	EN 17	Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung lainnya (cakupan 3)
27	EN 18	Intensitas emisi gas rumah kaca (GRK)
28	EN 19	Pengurangan emisi gas rumah kaca (GRK)
29	EN 20	Emisi bahan perusak ozon (BPO)
30	EN 21	NO _x , SO _x , dan emisi udara signifikan lainnya
	Aspek : Efluen dan Limbah	
31	EN 22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
32	EN 23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
33	EN 24	Jumlah dan volume total tumpahan signifikan
34	EN 25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi Basel Lampiran I, II, III, dan VIII yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
35	EN 26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkena dampak dari pembuangan air limpasan dari organisasi
	Aspek : Produk dan Jasa	
36	EN 27	Tingkat mitigasi dampak terhadap lingkungan produk dan jasa

37	EN 28	Prosentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasi menurut kategori
Aspek : Kepatuhan		
38	EN 29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan
Aspek : Transporasi		
39	EN 30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi dan pengangkutan tenaga kerja
Aspek : Lain-lain		
40	EN 31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis
Aspek : Asesmen Pemasok atas Lingkungan		
41	EN 32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan
42	EN 33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Aspek : Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan		
43	EN 34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
KATEGORI : SOSIAL		
Sub-Kategori : Praktik Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja		
Aspek : Kepegawaian		
44	LA 1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah
45	LA 2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan
46	LA 3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut gender
Aspek : Hubungan Industrial		
47	LA 4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama

Aspek : Kesehatan dan Keselamatan Kerja		
48	LA 5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen-pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja
49	LA 6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja menurut daerah dan gender
50	LA 7	Pekerja yang sering terkena atau berisiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka
51	LA 8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja
Aspek : Pelatihan dan Pendidikan		
52	LA 9	Jam pelatihan rata-rata pertahun per karyawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan
53	LA 10	Program untuk manajemen ketrampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti
54	LA 11	Peresentase karyawan yang menerima review kinerja dan pengembangan karier secara regular, menurut gender dan kategori karyawan
Aspek : Keberagaman dan Kesetaraan Peluang		
55	LA 12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan perkategori karyawan menurut gender, kelompok usia keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya
Aspek : Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan Laki-laki		
56	LA 13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan
Aspek : Asesmen Pemasok atas Praktik Ketenagakerjaan		
57	LA 14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan
58	LA 15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Aspek : Mekanisme Pengaduan Masalah Ketenagakerjaan		
59	LA 16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi

Sub-Kategori : Hak Asasi Manusia		
Aspek : Investasi		
60	HR 1	Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia
61	HR 2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi termasuk persentase karyawan yang dilatih
Aspek : Non- Diskriminasi		
62	HR 3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan korektif yang diambil
Aspek : Kebebasan Berserikat dan Perjanjian Kerja Bersama		
63	HR 4	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi untuk melatih kebebasan dari asosiasi dan collective bargaining dalam risiko yang signifikan dan aksi yang diambil untuk mendukung hal tersebut
Aspek : Pekerja Anak		
64	HR 5	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif
Aspek : Pekerja Paksa atau Wajib Kerja		
65	HR 6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja
Aspek : Praktik Pengamanan		
66	HR 7	Persentase petugas pengaman yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia di organisasi yang relevan dengan operasi
Aspek: Hak Adat		
67	HR 8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil
Aspek : Asesmen		
68	HR 9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan review atau asesmen dampak hak asasi manusia
Aspek : Asesmen Pemasok atas Hak Asasi Manusia		
69	HR 10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia

70	HR 11	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Aspek : Mekanisme Pengaduan Masalah Hak Asasi Manusia		
71	HR 12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal
Sub-Kategori : Masyarakat		
Aspek : Masyarakat Lokal		
72	SO 1	Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan
73	SO 2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat
Aspek : Anti-Korupsi		
74	SO 3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi
75	SO 4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur antikorupsi
76	SO 5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
Aspek : Kebijakan Publik		
77	SO 6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat
Aspek : Anti-Persaingan		
78	SO 7	Jumlah total tindakan hukum terkait anti-persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya
Aspek : Kepatuhan		
79	SO 8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi nonmoneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan
Aspek : Asesmen Pemasok atas Dampak pada Masyarakat		
80	SO 9	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria untuk dampak terhadap masyarakat
81	SO 10	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan

Aspek : Mekanisme Pengaduan Dmpak terhadap Masyarakat		
82	SO 11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
Sub-Kategori : Tanggung Jawab atas Produk		
Aspek : Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan		
83	PR 1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan
84	PR 2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis hasil
Aspek : Pelabelan Produk dan Jasa		
85	PR 3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis
86	PR 4	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa menurut hasil
87	PR 5	Hasil survey untuk mengukur kepuasan pelanggan
Aspek : Komunikasi Pemasaran		
88	PR 6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan
89	PR 7	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor, menurut jenis hasil
Aspek : Privasi Pelanggan		
90	PR 8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data
Aspek : Kepatuhan		
91	PR 9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk jasa