

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif yang menjelaskan hubungan sebab akibat yang akan ditelaah hubungannya yaitu antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) melalui pendekatan kuantitatif. Sugiyono (2017:37) mengemukakan asosiatif adalah suatu rumusan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hubungan sebab akibat pengungkapan CSR, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan data sampel. Sugiyono (2017:8) mengemukakan metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengumpulan sampel pada umumnya secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data sekunder yaitu dengan mengambil data laporan keuangan dan alporan tahunan yang telah dilaporkan oleh perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI).

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:80). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2017 yaitu sebanyak

147 perusahaan. Perusahaan yang terdaftar di BEI dapat dipastikan terdaftar dalam kantor pajak dan diwajibkan untuk membayar pajak setiap tahunnya.

3.2.2. Sampel Penelitian

Sugiyono (2017:85) mengemukakan sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang ditentukan berdasarkan pertimbangan dengan kriteria tertentu. Kelebihan dari *purposive sampling* adalah sampel yang dipilih sesuai dengan tujuan penelitian dan merupakan cara yang mudah untuk dilaksanakan, sedangkan kelemahan dari *purposive sampling* adalah tidak adanya jaminan bahwa sampel yang digunakan representatif dalam segi jumlah. Kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Mempublikasikan laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keuangan (*financial report*) selama 3 tahun berturut-turut (2015-2017) yang di laporkan melalui website BEI.
2. Menyajikan pengungkapan CSR dalam laporan tahunannya selama periode penelitian.
3. Menyajikan laporan keuangannya dengan menggunakan satuan nilai rupiah.
4. Tidak mengalami kerugian selama periode penelitian.
5. Memiliki ETR antara 0-1 dimana semakin rendah nilai ETR (mendekati 0) maka semakin tinggi agresivitas pajaknya.

Tabel 3.1 Seleksi Data Sampel

Keterangan	Jumlah
Perusahaan yang terdaftar di BEI selama periode 2015-2017	169
Tidak mempublikasikan <i>annual report</i> dan <i>financial report</i> selama 4 tahun berturut-turut (2015-2017)	(46)
Tidak menyajikan laporan CSR dalam laporan tahunannya selama periode penelitian	(0)
Satuan nilai uang bukan rupiah	(12)
Mengalami kerugian selama tahun periode penelitian	(58)
Memiliki ETR lebih atau kurang dari 0-1	(4)
Total sampel perusahaan yang diteliti	49
Total data sampel penelitian selama 3 tahun (2015-2017)	147

Tabel 3.2 Perusahaan yang Digunakan Dalam Penelitian

No.	Kode	Nama Perusahaan
1	INTP	Indocement Tunggal Prakarsa Tbk
2	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk
3	WTON	Wijaya Karya Beton Tbk
4	ARNA	Arwana Citramulia Tbk
5	TOTO	Surya Toto Indonesia Tbk
6	INAI	Indal Alumunium Industry Tbk
7	LMSH	Lionmesh Prima Tbk
8	AGII	Aneka Gas Industri Tbk
9	DPNS	Duta Pertiwi Nusantara Tbk
10	EKAD	Ekadharma International Tbk
11	INCI	Intanwijaya Internasional Tbk
12	AKPI	Argha Karya Prima Industry Tbk
13	IGAR	Champion Pasific Indonesia Tbk
14	IMPC	Impack Pratama Industri Tbk
15	TALF	Tunas Alfin Tbk
16	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk
17	ALDO	Alkindo Naratama Tbk
18	KDSI	Kedawung Setia Industrial Tbk
19	PICO	Pelangi Indah Canindo Tbk
20	ASII	Astra International Tbk
21	AUTO	Astra Otoparts Tbk
22	INDS	Indospring Tbk
23	SMSM	Selamat Sempurna Tbk
24	RICY	Ricky Putra Globalindo Tbk

25	TRIS	Trisula Internasional Tbk
26	JECC	Jembo Cable Company Tbk
27	KBLI	KMI Wire and Cable Tbk
28	KBLM	Kabelindo Murni Tbk
29	SCCO	Supreme Cable Manufacturing & Commerce Tbk
30	ADES	Akasha Wira International Tbk
31	DLTA	Delta Djakarta Tbk
32	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
33	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
34	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk
35	MYOR	Mayora Indah Tbk
36	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk
37	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk
38	GGRM	Gudang Garam Tbk
39	HMSP	H.M. Sampoerna Tbk
40	WIIM	Wismilak Inti Makmur Tbk
41	DVLA	Darya-Varia Laboratoria Tbk
42	KAEF	Kimia Farma Tbk
43	KLBF	Kalbe Farma Tbk
44	MERK	Merck Tbk
45	TSPC	Tempo Scan Pasific Tbk
46	KINO	Kino Indonesia Tbk
47	TCID	Mandom Indonesia Tbk
48	UNVR	Unilever Indonesia Tbk
49	ISSP	Steel Pipe Industry of Indonesia Tbk

Hasil pemilihan sampel dari populasi yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) menggunakan *purposive sampling* dengan berbagai kriteria yang telah disebutkan memperoleh 49 perusahaan yang akan digunakan untuk menjadi data sampel. Penelitian ini menggunakan 3 tahun penelitian, sehingga data sampel yang dipakai sebanyak 147 data sampel selama 3 tahun yang diperoleh dari 49 perusahaan.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari *website* Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu www.idx.co.id. Metode pengumpulan data dengan mengambil berbagai data yang dibutuhkan dari laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2017. Periode yang dipilih merupakan periode

yang terbaru agar dapat memperoleh hasil penelitian yang sesuai dengan keadaan ekonomi dan perpajakan saat ini. Data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah:

1. Data pengungkapan CSR.
2. Data profitabilitas perusahaan.
3. Data total aset perusahaan.
4. Data beban pajak penghasilan dan laba sebelum pajak penghasilan untuk menentukan ETR.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2017:39) definisi variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Terdapat dua variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu variabel independen dan variabel dependen.

3.4.1. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2017:39). Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), profitabilitas dan ukuran perusahaan.

1. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengungkapan CSR dalam penelitian ini diukur menggunakan standar pelaporan *Global Reporting Initiative* versi 4.0 (G4), yang telah diakui secara internasional sebagai standar sustainability reports dan dijadikan sebagai standar pelaporan keberlanjutan. Pengukuran ini dilakukan dengan mencocokkan aktivitas CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan dengan *check list* indikator GRI versi 4.0.

Penelitian ini menggunakan metode check list yang digunakan oleh Napitu dan Kurniawan (2016) serta Andhari dan Sukharta (2017) dengan aturan apabila aktivitas CSR perusahaan diungkapkan maka diberi nilai 1, namun jika aktivitas CSR perusahaan tidak diungkapkan maka akan diberi nilai 0 pada *check list*. Total *check list* kemudian dihitung untuk memperoleh jumlah aktivitas CSR yang diungkapkan perusahaan dan selanjutnya dibagi dengan total seluruh indikator GRI versi 4.0 yang berjumlah 91 pengungkapan. Rumus menghitung CSR menurut berdasarkan indikator GRI versi 4.0 adalah:

$$CSRI_i = \frac{\sum X_i}{n}$$

Keterangan:

CSRI_i : Indeks CSR perusahaan i

$\sum X_i$: Jumlah item bernilai 1 pada perusahaan i

n : Jumlah total seluruh item indikator pengungkapan CSR yang disarankan oleh GRI-G4 (n=91)

2. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dalam periode tertentu yang dihasilkan dari total asset yang dimiliki. Profitabilitas menggambarkan keberhasilan operasional perusahaan yang menunjukkan hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang diambil oleh manajemen perusahaan.

Dalam penelitian ini, pengukuran profitabilitas menggunakan rasio *Return on Assets* (ROA) yang juga digunakan oleh Napitu dan Kurniawan (2016), Luke dan Zulaikha (2016) serta Ardyansah dan Zulaikha (2014) yang mengungkapkan bahwa profitabilitas merupakan gambaran kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba yang dihasilkan dari total seluruh aset yang dimiliki. Rumus rasio *Return on Assets* (ROA) adalah:

$ROA = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$

3. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan suatu ukuran besar atau kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari total aset dan pendapatan yang dimiliki perusahaan. Logaritma natural digunakan untuk mengukur ukuran perusahaan dalam penelitian ini. Beberapa penelitian yang juga menggunakan logaritma natural telah dilakukan oleh Windaswari dan Merkusiwati (2018), Napitu dan Kurniawan (2016), Luke dan Zulaikha (2016), Ardyansah dan Zulaikha (2014) serta Anita (2015). Rumus logaritma natural untuk mengukur ukuran perusahaan adalah:

$$SIZE = \ln(\text{Total Asset})$$

3.4.2. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas/ variabel independen (Sugiyono, 2017:39). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen (Y) adalah agresivitas pajak. Agresivitas pajak adalah kegiatan perencanaan pajak dalam usaha mengurangi tingkat pajak yang efektif. *Effective Tax Rate* (ETR) adalah presentase tarif pajak yang dihitung dengan membandingkan beban pajak dengan laba akuntansi perusahaan.

ETR merupakan proksi yang paling banyak digunakan untuk mengukur tingkat agresivitas pajak perusahaan, beberapa penelitian terdahulu yang menggunakan ETR sebagai alat ukur agresivitas pajak yang terdapat dalam bahan referensi penelitian ini, antara lain: Windaswari dan Merkusiwati (2018), Napitu dan Kurniawan (2016), Luke dan Zulaikha (2016), Ardyansah dan Zulaikha (2014) serta Anita (2015). Rumus ETR untuk mengukur tingkat agresivitas pajak adalah:

$$ETR = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Pendapatan sebelum Pajak}}$$

Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep	Dimensi	Elemen	Skala
Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Informasi mengenai CSR berdasarkan standar <i>Global Reporting Initiative</i> (GRI) yaitu jumlah aktivitas ekonomi, sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan, dibandingkan dengan indikator oleh GRI versi 4.0 yaitu sebanyak 91 item.	Ekonomi, lingkungan dan sosial.	CSRI = Jumlah item CSR yang diungkapkan perusahaan / 91 item pengungkapan yang disarankan GRI ⁴	Rasio
Profitabilitas (ROA)	Profitabilitas merupakan gambaran kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba yang dihasilkan dari total aset yang dimiliki perusahaan diukur menggunakan rasio ROA yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur periode 2015-2018.	<i>Return On Asset</i> (ROA)	Laba setelah pajak / Total aset	Rasio
Ukuran Perusahaan	Ukuran perusahaan merupakan tingkat ukuran besar kecilnya suatu perusahaan yang diukur menggunakan	Total aset perusahaan	$Size = \ln(\text{total aset})$	Rasio

	logaritma natural dari total asset perusahaan.			
Agresivitas Pajak (ETR)	Agresivitas Pajak merupakan kegiatan perencanaan pajak dalam usaha mengurangi tingkat pajak yang efektif yang diukur menggunakan <i>Effective Tax Rate</i> (ETR) dengan membandingkan beban pajak dengan laba akuntansi perusahaan.	<i>Effective Tax Rate</i> (ETR)	Beban pajak penghasilan / Pendapatan sebelum pajak	Rasio

3.5. Metoda Analisis Data

Metoda analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah metoda analisis data kuantitatif dengan menggunakan metode regresi data panel. Peneliti menggunakan alat bantu pengolah data yaitu Eviews versi 9 yang dinilai paling sesuai dengan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data panel. Dengan menggunakan Eviews versi 9 maka terdapat beberapa alat analisis yang digunakan untuk memperoleh hasil yang akurat yaitu statistik deskriptif, pendekatan model regresi data panel, pemilihan model, model pengujian hipotesis, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Rincian berbagai analisis tersebut adalah sebagai berikut:

3.5.1. Statistik Deskriptif

Menurut Ghazali (2016: 19) statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, maksimum, minimum dan *range*. Statistik deskriptif ini digunakan untuk mendeskripsikan data menjadi sebuah informasi yang lebih jelas dan mudah dipahami.

3.5.2. Pendekatan Model Regresi Data Panel

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data panel. Menurut Basuki dan Prawoto (2017: 275), data panel merupakan teknik regresi yang menggabungkan data runtut waktu (*time series*) dengan data sialang (*cross section*). Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data *time series* tahunan selama 3 tahun berturut-turut (2015-2017) dan data *cross section* yaitu sebanyak 169 perusahaan manufaktur yang telah dipilih berdasarkan beberapa kriteria yang telah ditentukan.

Menurut Basuki dan Prawoto (2017: 276) terdapat tiga pendekatan dalam metode estimasi model regresi dengan menggunakan data panel, yaitu:

1. *Common Effect Model* (CEM)

Common Effect Model (CEM) merupakan pendekatan model data panel yang paling sederhana karena hanya mengkombinasikan data *time series* dan data *cross section* tanpa perlu memperhatikan dimensi waktu maupun individu, sehingga diasumsikan bahwa perilaku data perusahaan sama dalam berbagai kurun waktu. Metode ini bisa menggunakan pendekatan *Ordinary Least Square* (OLS) atau teknik kuadrat terkecil untuk membuat estimasi model data panel (Widarjono, 2016: 355). Dengan demikian secara matematis estimasi data panel dengan pendekatan *Common Effect Model* (CEM) adalah sebagai berikut:

$$Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 X_{1it} - \beta_2 X_{2it} - \beta_3 X_{3it} + e_{it}$$

Keterangan:

- Y : Agresivitas pajak yang diproksikan dengan ETR
- X₁ : *Corporate Social Responsibility* yang diproksikan dengan CSRI
- X₂ : Profitabilitas yang diproksikan dengan ROA
- X₃ : Ukuran perusahaan yang diproksikan dengan *SIZE*
- i : Jenis perusahaan
- t : waktu

β_0 : intersep
 $\beta_{1,2,3}$: *slope*
 e : *error terms*

2. **Fixed Effect Model (FEM)**

Menurut Basuki dan Prawoto (2017: 276) pendekatan ini didasarkan oleh adanya perbedaan antar perusahaan namun intersepnya sama antar waktu (*time invariant*). Untuk mengestimasi data panel model *fixed effect* menggunakan teknik *variable dummy* untuk menangkap perbedaan intersep antar perusahaan, namun *slopenya* sama antar perusahaan. Model estimasi ini sering juga disebut dengan teknik *Least Square Dummy Variable* (LDSV) dengan model regresi sebagai berikut:

$$Y_{it} = \beta_{0i} + \beta_1 X_{1it} - \beta_2 X_{2it} - \beta_3 X_{3it} + e_{it}$$

Keterangan:

Y : Agresivitas pajak yang diproksikan dengan ETR
X₁ : *Corporate Social Responsibility* yang diproksikan dengan CSRI
X₂ : Profitabilitas yang diproksikan dengan ROA
X₃ : Ukuran perusahaan yang diproksikan dengan *SIZE*
i : Jenis perusahaan
t : waktu
 β_{0i} : intersep untuk perusahaan *i*
 $\beta_{1,2,3}$: *slope*
 e : *error terms*

3. **Random Effect Model (REM)**

Random Effect Model (REM) akan mengestimasi data panel dimana variabel gangguan mungkin saling berhubungan antar waktu dan antar individu. Dalam model random effect perbedaan intersep diakomodasi oleh *error terms* masing-masing perusahaan, sehingga *error*

mungkin berkorelasi sepanjang *time series* dan *cross section* yaitu *error* gabungan. Keuntungan menggunakan model ini yakni menghilangkan heterokedasitas. Model ini juga biasa disebut dengan *Error Component Model* (ECM) atau teknik *Generalized Least Square* (GLS) dengan model regresi sebagai berikut:

$$Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 X_{1it} - \beta_2 X_{2it} - \beta_3 X_{3it} + v_{it}$$

Keterangan:

- Y : Agresivitas pajak yang diproksikan dengan ETR
- X₁ : *Corporate Social Responsibility* yang diproksikan dengan CSRI
- X₂ : Profitabilitas yang diproksikan dengan ROA
- X₃ : Ukuran perusahaan yang diproksikan dengan *SIZE*
- i : Jenis perusahaan
- t : waktu
- β_{0i} : rata-rata intersep
- $\beta_{1,2,3}$: *slope*
- v : *error* gabungan

3.5.3. Pemilihan Model

Basuki dan Prawoto (2017:277) dalam bukunya menyatakan bahwa ada tiga metode yang dapat dilakukan dalam memilih model yang paling tepat digunakan untuk mengelola data panel, yaitu sebagai berikut:

1. *Likelihood Ratio Test (Chow Test)*

Uji ini digunakan untuk memilih salah satu model pada regresi data panel dengan cara menambahkan variabel *dummy*, sehingga dapat diketahui bahwa intersepnya berbeda dan dapat di uji dengan *Chow-test* (uji F statistik) dengan melihat *Residual Sum of Squares* (RSS) - *Likelihood ratio*. Pengujian ini mengikuti distribusi F statistik dimana jika F statistik yang didapat lebih besar daripada nilai F tabel (F statistik > F

tabel) serta nilai F probabilitas ($\text{prob} < \alpha$, dimana $\alpha = 0,05$) maka H_0 ditolak. Hipotesis dalam pengujian ini yaitu:

$H_0 = \text{Common Effect Model (CEM)}$ lebih baik daripada *Fixed Effect Model (FEM)*

$H_1 = \text{Fixed Effect Model (FEM)}$ lebih baik daripada *Common Effect Model (CEM)*

2. Uji Hausman (*Hausman Test*)

Uji ini digunakan untuk membandingkan *Random Effect Model (REM)* dengan *Fixed Effect Model (FEM)*. Uji ini dilakukan dengan menguji apakah terdapat hubungan antara galat pada model (galat komposit) dengan satu atau lebih variabel penjelas (independen) dalam model. Hipotesis dalam pengujian ini yaitu:

$H_0 = \text{Random Effect Model (REM)}$ lebih baik daripada *Fixed Effect Model (FEM)*

$H_1 = \text{Fixed Effect Model (FEM)}$ lebih baik daripada *Random Effect Model (REM)*

Jika nilai *chi-square* statistik yang diperoleh lebih besar dari nilai *chi-square* tabel (*chi-square* statistik $>$ *chi-square* tabel) serta probabilitas ($\text{prob} < \alpha$, dimana $\alpha = 0,05$) maka H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Fixed Effect Model (FEM)* yang lebih baik, dan sebaliknya jika H_0 diterima maka dapat disimpulkan bahwa *Random Effect Model (REM)* yang lebih baik.

3. Uji Lagrange Multiplier

Uji ini digunakan untuk membandingkan atau memilih model yang terbaik antara *Random Effect Model (REM)* dan *Common Effect Model (CEM)*. Pengujian ini didasarkan pada distribusi *chi-squares* dengan derajat kebebasan (df) sebesar jumlah variabel independen. Hipotesis statistik dalam pengujian, yaitu:

$H_0 = \text{Common Effect Model (CEM)}$ lebih baik daripada *Random Effect Model (REM)*

$H_1 = \text{Random Effect Model (REM)}$ lebih baik daripada *Common Effect Model (CEM)*

Metode perhitungan uji LM yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Breusch-Pagan. Metode Breusch-Pagan merupakan metode yang paling banyak digunakan oleh para peneliti dalam perhitungan uji LM. Jika nilai *cross section* Breusch-Pagan $< \alpha$ (5%), maka H_0 ditolak, yang berarti *Random Effect Model* (REM) yang dipilih. Namun, apabila nilai *cross-section* Breusch-Pagan $> \alpha$ (5%), maka H_0 diterima, yang berarti *Common Effect Model* (CEM) yang dipilih.

3.5.4. Model Pengujian Hipotesis

Agresivitas pajak dengan proksi ETR mempunyai hubungan yang berbanding terbalik. Nilai ETR yang semakin rendah akan menunjukkan agresivitas pajak yang semakin tinggi, demikian pula sebaliknya. Hal ini berarti semakin rendah ETR atau tarif pajak perusahaan, maka kewajiban membayar pajak yang ditanggung oleh perusahaan akan semakin kecil, sehingga hal ini menandakan bahwa perusahaan semakin agresif dalam meminimalkan beban pajaknya atau dengan kata lain agresivitas pajak perusahaannya semakin tinggi dan begitu pula sebaliknya.

Berdasarkan hubungan yang berbanding terbalik ini, maka model regresi data panel yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan arah koefisien yang berlawanan dengan perumusan dalam hipotesis. Dengan demikian, model regresi data panel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$ETR_{it} = \beta_0 + \beta_1 CSRI_{it} - \beta_2 ROA_{it} - \beta_3 SIZE_{it} + e_{it}$$

Keterangan:

ETR_{it} = *Effective Tax Rate* i tahun ke-t

β_0 = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien Regresi

$CSRI_{it}$ = Pengungkapan item CSR untuk perusahaan i dan waktu t

ROA_{it} = Profitabilitas untuk perusahaan i dan waktu t

$SIZE_{it}$ = Ukuran Perusahaan untuk perusahaan i dan waktu t
 e_{it} = *error terms* untuk perusahaan i dan waktu t

3.5.5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi data panel. Pengujian hipotesis yang digunakan terdiri dari dua jenis pengujian, yaitu uji koefisien determinasi (R^2) dan uji signifikan parameter individual (Uji statistik t).

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2016:95).

2. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji signifikan parameter individual atau uji statistik t digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dengan prosedur sebagai berikut (Ghozali, 2016:99):

- a. Menentukan hipotesis masing-masing kelompok:
H1 = Pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak
H2 = Profitabilitas berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak
H3 = Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak
- b. Menentukan tingkat signifikansi yaitu $\alpha = 0,05$ (5%)
- c. Menghitung nilai t hitung dengan menggunakan program Eviews
- d. Menentukan nilai t tabel tingkat keyakinan 95%, $\alpha = 5\%$, derajat bebas bebas ($n - k$), dimana n = jumlah pengamatan dan k = jumlah variabel
- e. Membandingkan nilai t hitung dengan t tabel dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka variabel independen (Pengungkapan CSR, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan) secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Agresivitas Pajak) sehingga hipotesis ditolak.
 - 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka variabel independen (Pengungkapan CSR, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan) secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen (Agresivitas Pajak) maka hipotesis diterima.
- f. Meganalisis data penelitian yang telah diolah dengan kriteria pengujian, yaitu :
- 1) Apabila tingkat signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis ditolak, berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (Pengungkapan CSR, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan) terhadap variabel dependen (Agresivitas Pajak).
 - 2) Apabila tingkat signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis diterima, berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (Pengungkapan CSR, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan) terhadap variabel dependen (Agresivitas Pajak).