

**Corporate Social Responsibility, Leverage, Profitabilitas,
Penghindaran Pajak dan Nilai Perusahaan : Bagaimana Keterkaitannya ?**

by

**Kadek Wiji Kusumawardani ⁽¹⁾
Ida Bagus Raka Suardana ⁽²⁾**

Undiknas Graduate School
Jl. Waturenggong No. 164, Denpasar, Bali

*wijikusumawardani@gmail.com ⁽¹⁾
ajikraka@yahoo.com ⁽²⁾*

ABSTRACT

The aimed of this research are investigate contribution of corporate social responsibility, leverage, profitability on tax avoidance and firm value. Design of this research is an explanatory research. The variables in this research are corporate social responsibility, leverage, profitability, tax avoidance and firm value. The population of this research are cosumer goods industry company listed in IDX 2013-2015 with 69 data sample taken by purposive sampling technique. The data is analyzed in path analysis. The result of this research shown that : (1) corporate social responsibility positively not significant affect tax avoidance; (2) leverage positively not significant affect tax avoidance; (3) profitability negatively not significant affect tax avoidance; (4) corporate social reponsibility positively significant affect firm value; (5) leverage positively significant affect firm value; (6) profitability positively significant affect firm value; (7) tax avoidance positively not significant affect firm value.

Key words : Corporate Social Responsibility, Leverage, Profitability, Tax Avoidance, Firm Value.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis kontribusi *corporate social responsibility, leverage, profitabilitas* terhadap penghindaran pajak dan nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian penjelasan. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility, leverage, profitabilitas, penghindaran pajak dan nilai perusahaan*. Populasi yang digunakan adalah perusahaan industri barang konsumsi yang sudah *go public* di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2015 dengan 69 data sampel yang diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis jalur digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh. Berdasarkan hasil dari penelitian ini, maka dapat dipaparkan bahwa : (1) *corporate social reponsibility* berkontribusi terhadap penghindaran pajak secara positif tidak signifikan; (2) *leverage* berkontribusi terhadap penghindaran pajak secara positif tidak signifikan; (3) *profitabilitas* berkontribusi terhadap penghindaran pajak secara negatif tidak signifikan; (4) *corporate social reponsibility* berkontribusi terhadap nilai perusahaan secara positif signifikan; (5) *leverage* berkontribusi terhadap nilai perusahaan secara positif signifikan; (6) *profitabilitas* berkontribusi terhadap nilai perusahaan secara positif signifikan; (7) *penghindaran pajak* berkontribusi terhadap nilai perusahaan secara positif tidak signifikan.

Kata kunci : Corporate Social Responsibility, Leverage, Profitabilitas, Penghindaran Pajak, Nilai Perusahaan.

PENDAHULUAN

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang pada 1 Januari 2016 telah resmi diimplementasikan, merupakan suatu bentuk transformasi ASEAN menjadi pasar tunggal dengan basis produksi yang terintegrasi, dalam suatu kawasan ekonomi yang berdaya saing tinggi, dengan tingkat pembangunan ekonomi yang semakin merata, dan terhubung dengan jaringan produksi global. Bagi Indonesia, kebijakan aliran bebas barang sebagai wujud ASEAN sebagai pasar tunggal dan basis produksi merupakan peluang untuk meningkatkan kualitas produk dalam negeri sehingga dapat bersaing dengan aliran produk luar negeri yang akan mengancam industri lokal dan sekaligus sebagai upaya agar dapat memperluas jangkauan pasar ke negara ASEAN lainnya.

Sebelum MEA resmi diterapkan pada 1 Januari 2016, Kementerian Perdagangan pada awal 2015 telah mempersiapkan langkah-langkah dalam menghadapi MEA. Menteri Perdagangan 2015, Rachmat Gobel, mencanangkan suatu program yaitu Nawa Cita Kementerian Perdagangan dimana target ekspor yang ditetapkan pemerintah untuk lima tahun ke depan adalah sebesar tiga kali lipat (www.viva.co.id). Hal ini dilakukan dengan cara membangun 5.000 pasar, pengembangan UMKM, serta peningkatan penggunaan produk dalam negeri. Pemerintah juga telah menyiapkan strategi meningkatkan ekspor dan memberi nilai tambah produk dalam negeri, dimana saat ini terdapat 65% ekspor produk Indonesia masih merupakan kontribusi dari komoditas mentah, sementara 35% berasal dari produk manufaktur. Membalik struktur ekspor ini adalah langkah yang dilakukan pemerintah, sehingga industri manufaktur diharapkan dapat tumbuh, berkembang dan lebih memperhatikan peningkatan kapasitas produksi, sehingga nantinya target peningkatan ekspor sampai 2019 dapat tercapai.

Kesiapan industri manufaktur dalam menunjang ekspor untuk menghadapi MEA tidak lepas dari kebutuhan akan modal dari investor yang digunakan untuk menunjang operasional perusahaan. Memaksimumkan kemakmuran investor atau pemegang saham merupakan tujuan utama yang harus dicapai industri manufaktur jika ingin menarik investor dalam menginvestasikan dananya pada perusahaan. Hal ini dapat dicapai dengan memaksimumkan nilai perusahaan yaitu memaksimumkan nilai sekarang dari semua keuntungan yang akan diperoleh pemegang saham di masa yang akan datang (Sartono, 2014:9). Apabila nilai perusahaan yang tercermin dari harga saham meningkat, maka kesejahteraan pemegang saham tersebut akan meningkat, dimana hal ini dapat terlihat dari *return* saham bagi investor.

Terdapat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan seperti indeks harga saham, inflasi, tingkat suku bunga, daya beli masyarakat, dan kondisi fundamental

perusahaan. Kondisi fundamental berkaitan erat dengan keadaan internal yang berkaitan dengan kinerja perusahaan baik kinerja keuangan maupun non keuangan. Berdasarkan hasil dari beberapa penelitian terdahulu, terdaftar beberapa faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan dari sisi kondisi fundamental perusahaan, namun penelitian ini akan membahas empat faktor saja, yaitu penghindaran pajak, *corporate social responsibility*, *leverage* dan profitabilitas.

Bagi pemerintah, pajak merupakan sumber utama pendanaan suatu negara, sedangkan wajib pajak, dalam hal ini secara spesifik dimaksudkan perusahaan berpandangan bahwa pajak sebagai komponen biaya atau beban yang dapat mengurangi laba bersih perusahaan (Suandy, 2009:1; Samadiartha dan Darma, 2017). Sesuai dengan pengertian pajak menurut ketentuan dalam perundang-undangan perpajakan yang berlaku, pembayaran beban pajak juga tidak disertai dengan adanya kontraprestasi atau manfaat yang dapat dinikmati secara langsung, tidak seperti pembayaran beban lainnya. Perbedaan pandangan antara pemerintah dengan perusahaan mengenai pajak menyebabkan banyak perusahaan melakukan berbagai cara untuk mengatasi akibat dari hal tersebut, salah satunya adalah dengan melakukan penghindaran pajak. Selain untuk mengurangi beban dan meningkatkan laba secara komersial, penghindaran pajak juga diharapkan dapat memunculkan sinyal positif untuk meningkatkan nilai perusahaan. Informasi laba bersih yang tinggi akibat dari aktivitas penghindaran pajak diharapkan mampu menjadi daya tarik tersendiri bagi investor sehingga berdampak pada nilai perusahaan yang tercermin dari kenaikan nilai sahamnya di pasar modal.

Pada dasarnya perusahaan dituntut untuk tidak hanya mementingkan diri sendiri, namun juga melaksanakan adaptasi kultural dengan lingkungan sosialnya melalui keterlibatan dalam kegiatan sosial, mematuhi aturan hukum terkait bisnis yang berlaku, serta mampu menghormati hak dan kepentingan para stakeholder (Nahda dan Harjito, 2011:1; Budiasni dan Darma, 2016). Hal ini berarti perusahaan juga harus bertanggungjawab terhadap masalah sosial, selain bertanggungjawab dalam hal keuangan saja. CSR merupakan komitmen perusahaan kepada *stakeholder* untuk berkontribusi dalam pembangunan berkelanjutan dengan cara meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif dari perubahan yang terjadi sebagai akibat dari kehadirannya, yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan guna menjaga eksistensi perusahaan. CSR sangat berperan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Perusahaan yang hendak beroperasi tidak lepas dari kebutuhan dana yang akan digunakan untuk menjalankan operasinya. Selain itu, dana juga digunakan untuk melakukan perluasan usaha atau investasi. *Leverage* menunjukkan presentase utang yang digunakan oleh perusahaan untuk membiayai aktifitas operasinya. Perusahaan yang memiliki *leverage* tinggi dapat

memberikan dampak berupa munculnya peluang risiko kerugian yang lebih besar akibat adanya kewajiban pembayaran bunga yang akan mengurangi laba bersih perusahaan, akan tetapi penggunaan utang juga memberikan kesempatan untuk mendapatkan laba yang besar (Kasmir, 2016:152; Dewi dan Darma, 2016). Laba yang besar akan meningkatkan nilai perusahaan.

Salah satu hal yang ingin dicapai dari berdirinya sebuah perusahaan adalah memperoleh laba atau keuntungan (Hasibuan dkk, 2016:139; Riadevi dan Darma, 2016). Perusahaan harus tetap berada dalam keadaan menguntungkan (*profitable*) untuk menjaga kelangsungan hidupnya. Hal ini juga berkaitan dengan aktivitas pendanaan, dimana tingkat laba perusahaan akan memudahkan untuk menarik modal dari luar. Informasi laba bersih yang tinggi menjadi sinyal positif bagi investor sehingga berdampak pada nilai perusahaan yang tercermin dari kenaikan nilai sahamnya di pasar modal. Pengukuran tingkat keuntungan perusahaan dapat dilakukan dengan menggunakan rasio profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba.

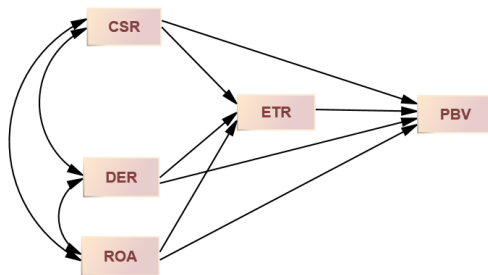
Di Bursa Efek Indonesia (BEI), perusahaan manufaktur yang telah tercatat dibagi menjadi beberapa sektor, dimana salah satu diantaranya adalah sektor industri barang konsumsi. Sektor industri barang konsumsi berkaitan erat dengan penyediaan barang-barang kebutuhan pokok manusia dimana produknya dapat langsung dinikmati oleh konsumen tanpa harus jatuh ke tangan produsen terlebih dahulu, sehingga secara tidak langsung, masyarakat lebih mengenal perusahaan-perusahaan yang bergerak di industri barang konsumsi. Industri barang konsumsi memiliki saham yang aktif diperdagangkan di bursa saham sehingga harga sahamnya juga bergerak aktif. Selain itu, terjaganya pertumbuhan sektor barang konsumsi mendapatkan apresiasi yang positif dari investor. Peningkatan sektor saham barang konsumsi ditopang oleh kinerja emiten di sektor tersebut.

Perbedaan hasil penelitian dari hubungan antara *corporate social responsibility*, *leverage*, profitabilitas, pengindaran pajak, dan nilai perusahaan membuat peneliti ingin kembali melakukan penelitian dengan menggunakan variabel-variabel tersebut. Peneliti mencoba untuk menguji dan menganalisis pengaruh langsung dari keterkaitan antara variabel *corporate social responsibility*, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

KERANGKA PEMIKIRAN

Tujuan jangka panjang sebuah perusahaan adalah memberikan kemakmuran bagi pemilik perusahaan. Hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk dapat mewujudkan hal tersebut adalah dengan mengoptimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat diproaksikan dengan harga

saham yang beredar di pasar. Untuk mencapai hal tersebut, manajemen perlu bekerja keras dan memaksimalkan sumber daya yang ada dalam perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Manajemen perusahaan akan mengambil tindakan-tindakan yang nantinya akan memberi sinyal kepada para investor tentang nilai perusahaan tersebut. Tindakan-tindakan yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah kontribusi perusahaan dalam kegiatan pembangunan berkelanjutan (*corporate social responsibility*), penggunaan utang (*leverage*), kemampuan perusahaan dalam menciptakan laba (*profitabilitas*), dan penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan.



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan pemaparan dari kajian teori dan kerangka pemikiran yang telah disajikan di atas, maka hipotesis yang diajukan untuk menjawab tujuan penelitian ini adalah :

H₁ = semakin tinggi pengungkapan *corporate social responsibility*, maka semakin rendah penghindaran pajak

H₂ = semakin tinggi *leverage*, maka semakin rendah penghindaran pajak

H₃ = semakin tinggi profitabilitas, maka semakin tinggi penghindaran pajak

H₄ = semakin tinggi pengungkapan *corporate social responsibility*, maka semakin tinggi nilai perusahaan

H₅ = semakin tinggi *leverage*, maka semakin tinggi nilai perusahaan

H₆ = semakin tinggi profitabilitas, maka semakin tinggi nilai perusahaan

H₇ = semakin tinggi penghindaran pajak, maka semakin tinggi nilai perusahaan

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan industri barang konsumsi yang *go public* di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2013-2015. Data dipublikasikan melalui website BEI yaitu www.idx.co.id. Peneliti memilih sektor industri barang konsumsi karena sektor ini memiliki keterkaitan dengan

kebutuhan pokok manusia dimana masyarakat dapat langsung menikmati produk yang dihasilkan oleh sektor ini tanpa harus jatuh ke tangan produsen terlebih dahulu, sehingga secara tidak langsung, masyarakat lebih mengenal perusahaan-perusahaan di industri barang konsumsi. Industri barang konsumsi juga tercatat memiliki saham yang aktif diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia sehingga harga sahamnya juga bergerak aktif.

Desain Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk menguji dan menganalisis keterkaitan antara *corporate social responsibility*, *leverage*, dan profitabilitas terhadap penghindaran pajak dan nilai perusahaan, maka penelitian ini menggunakan jenis penelitian penjelasan. Penelitian penjelasan merupakan penelitian yang diperuntukkan untuk mengetahui keterkaitan antara satu variabel dengan variabel yang menjelaskan suatu fenomena tertentu (Zulganef, 2008:11).

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang disajikan dalam bentuk angka atau data kualitatif yang sudah diolah menjadi data dalam bentuk kuantitatif (Sugiyono, 2010:13; Darma, 2004). Data kuantitatif dalam penelitian ini adalah laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan industri barang konsumsi yang dipublikasikan oleh BEI tahun 2013-2015.

Penelitian ini menggunakan sumber data sekunder. Hariwijaya dan Triton (2013:58) mengemukakan bahwa data sekunder adalah data primer yang sudah melalui proses pengolahan lebih lanjut dan telah disajikan oleh pihak lain. Data sekunder dalam penelitian ini adalah laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan industri barang konsumsi yang dipublikasikan oleh BEI tahun 2013-2015.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah seluruh perusahaan industri barang konsumsi yang *go public* di BEI tahun 2013-2015 berjumlah 39 perusahaan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu pemilihan sampel yang dilakukan secara tidak acak dimana informannya dipilih dengan mempertimbangkan beberapa hal sesuai tujuan atau masalah penelitian (Sugiyono, 2016:156). Berdasarkan kriteria yang digunakan untuk menentukan sampel, maka selanjutnya peneliti melakukan *sampling* sesuai dengan kriteria yang sudah ditetapkan. Dari 39 perusahaan yang menjadi populasi, diperoleh sebanyak 23 perusahaan yang telah terseleksi untuk menjadi sampel sehingga didapat 69 data amatan sesuai dengan Tabel 1.

Tabel 1 Daftar Sampel Penelitian

Kriteria	Total
1 Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015	39
2 Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI secara berturut-turut periode tahun 2013-2015	(4)
3 Perusahaan yang menyajikan laporan keuangan dan laporan tahunan periode tahun 2013-2015	-
4 Perusahaan yang menyajikan laporan keuangan atau laporan tahunan dengan menggunakan mata uang rupiah	-
5 Perusahaan yang mengalami laba selama tahun pengamatan	(9)
6 Perusahaan yang menerbitkan laporan tahunan yang berisi informasi CSR selama periode tahun 2013-2015	(3)
Jumlah Sampel	23
Total Pengamatan	69

Sumber : Diolah Peneliti, 2018

Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2010: 240) menyebutkan bahwa dokumen merupakan kumpulan dari catatan peristiwa yang terjadiannya sudah berlalu, dimana dokumen yang dimaksud dapat berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi terhadap data sekunder, yaitu laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan industri barang konsumsi yang dipublikasikan oleh BEI tahun 2013-2015.

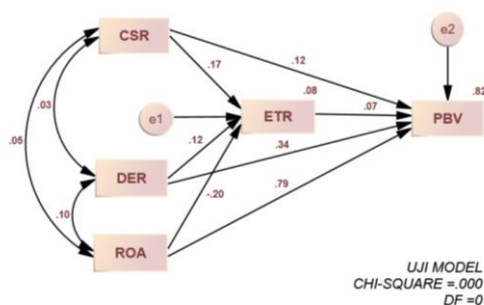
Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis jalur (*path analysis*) dengan program AMOS versi 22. Analisis jalur adalah suatu teknik untuk menganalisis keterkaitan yang terjadi pada regresi berganda apabila variabel terikat dipengaruhi oleh keberadaan variabel bebas baik secara langsung maupun tidak langsung (Robert D. Rutherford, 1993 dalam Sarwono, 2007:1).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan uji model dengan kriteria uji *chi-square* dengan pengolahan menggunakan *AMOS for windows version 22*, maka didapat hasil sebesar 0,000. Hasil *goodness of fit* di atas tersebut menunjukkan bahwa model dapat diterima dengan baik, karena memiliki ukuran statistik yang baik, sehingga model dapat digunakan dan analisis dapat dilanjutkan

Mengacu pada hipotesis, maka berikut adalah hasil pengembangan diagram jalur yang dibangun berdasarkan kajian teoritis yang menjelaskan hubungan kausalitas antar variabel dalam penelitian seperti pada Gambar 2.



Gambar 2 Hasil Analisis Jalur

Berdasarkan gambar struktural di atas, pengujian model dilakukan menggunakan koefisien regresi (*regression weight*) untuk variabel *corporate social responsibility*, *leverage*, dan profitabilitas terhadap penghindaran pajak dan nilai perusahaan. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien regresi (*strandardized regression weight*) dapat dibuat tabel output seperti disajikan dalam Tabel 2 berikut :

Tabel 2 Regression Weight

Keterkaitan	Standar rdized Estimat e	C.R.	P	Ket.
ETR ← CSR	.174	1.494	.135	Tidak Sig.
ETR ← DER	.123	1.049	.294	Tidak Sig.
ETR ← ROA	-.200	-1.709	.087	Tidak Sig.
PBV ← CSR	.119	2.289	.022	Sig.
PBV ← DER	.341	6.573	***	Sig.
PBV ← ROA	.794	15.086	***	Sig.
PBV ← ETR	.065	1.226	.220	Tidak Sig.

Sumber : Analisis Output AMOS

Berdasarkan hasil analisis jalur seperti pada Tabel 2 di atas, maka dapat diuraikan hasil penelitian sebagai berikut :

1. Kontribusi CSR (*corporate social responsibility*) sebesar 0,174 terhadap ETR (penghindaran pajak), dengan CR sebesar 1,494 < 2,000 pada P sebesar 0,135 > 0,05 yang menunjukkan

- keterkaitan tidak signifikan sehingga H_1 ditolak. Tingginya pengungkapan kontribusi CSR yang dilakukan oleh perusahaan akan meningkatkan praktik penghindaran pajak perusahaan, begitu pula sebaliknya. Hasil penelitian Utomo (2017) selaras dengan hasil penelitian ini.
2. Kontribusi DER (*leverage*) sebesar 0,123 terhadap ETR (penghindaran pajak), dengan CR sebesar $1,049 < 2,000$ pada P sebesar $0,294 > 0,05$ yang menunjukkan keterkaitan tidak signifikan sehingga H_2 ditolak. Persentase *leverage* perusahaan yang tinggi akan berdampak terhadap meningkatnya penghindaran pajak perusahaan, begitu pula sebaliknya. Hasil penelitian Putra dan Merkusiwati (2016) selaras dengan hasil penelitian ini.
 3. Kontribusi ROA (profitabilitas) sebesar -0,200 terhadap ETR (penghindaran pajak), dengan CR sebesar $-1,709 < 2,000$ pada P sebesar $0,087 > 0,05$ yang menunjukkan keterkaitan tidak signifikan sehingga H_3 ditolak. Peningkatan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba akan berdampak terhadap menurunnya praktik penghindaran pajak perusahaan, begitu pula sebaliknya. Hasil penelitian Rosalina (2017) selaras dengan hasil penelitian ini.
 4. Kontribusi CSR (*corporate social responsibility*) sebesar 0,119 terhadap PBV (nilai perusahaan), dengan CR sebesar $2,289 > 2,000$ pada P sebesar $0,022 < 0,05$ yang menunjukkan keterkaitan signifikan sehingga H_4 diterima. Tingginya pengungkapan kontribusi CSR yang dilakukan oleh perusahaan akan berdampak terhadap meningkatnya nilai perusahaan, begitu pula sebaliknya. Penelitian Rosiana dkk. (2013) serta Putri dan Raharja (2013) selaras dengan hasil penelitian ini.
 5. Kontribusi DER (*leverage*) sebesar 0,341 terhadap PBV (nilai perusahaan), dengan CR sebesar $6,573 > 2,000$ pada P sebesar $*** < 0,05$ yang menunjukkan keterkaitan signifikan sehingga H_5 diterima. Persentase *leverage* perusahaan yang tinggi akan berdampak terhadap meningkatnya nilai perusahaan, begitu pula sebaliknya. Penelitian Pratama dan Wiksuana (2016) serta Suwardika dan Mustanda (2017) selaras dengan penelitian ini.
 6. Kontribusi ROA (profitabilitas) sebesar 0,794 terhadap PBV (nilai perusahaan), dengan CR sebesar $15,086 > 2,000$ pada P sebesar $*** < 0,05$ yang menunjukkan keterkaitan signifikan sehingga H_6 diterima. Peningkatan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba akan berdampak terhadap meningkatnya nilai perusahaan, begitu pula sebaliknya. Penelitian Wijaya dan Sedana (2015), Pratama dan Wiksuana (2016) serta Suwardika dan Mustanda (2017) selaras dengan penelitian ini.
 7. Kontribusi ETR (penghindaran pajak) sebesar 0,065 terhadap PBV (nilai perusahaan), dengan CR sebesar $1,226 < 2,000$ pada P sebesar $0,220 > 0,05$ yang menunjukkan keterkaitan tidak signifikan sehingga H_7 ditolak. Peningkatan praktik penghindaran pajak

yang dilakukan perusahaan akan memberikan dampak terhadap meningkatnya nilai perusahaan. Penelitian Utami dan Tresnaningsih (2013) selaras dengan penelitian ini.

Analisis model pengukuran dengan determinasi kontribusi *corporate social responsibility* (CSR), *leverage* (DER), profitabilitas (ROA) terhadap penghindaran pajak (ETR) dan kontribusi *corporate social responsibility* (CSR), *leverage* (DER), profitabilitas (ROA), penghindaran pajak (ETR) terhadap nilai perusahaan (PBV) dengan menggunakan *squared multiple correlations* seperti pada Tabel 3 berikut ini:

Tabel 3 *Squared Multiple Correlations*

	Estimate
ETR	.078
PBV	.822

Sumber : Analisis Output AMOS

Squared multiple correlations pada kontribusi *corporate social responsibility* (CSR), *leverage* (DER), profitabilitas (ROA) terhadap penghindaran pajak (ETR) adalah sebesar 0,078 dan kontribusi *corporate social responsibility* (CSR), *leverage* (DER), profitabilitas (ROA), penghindaran pajak (ETR) terhadap nilai perusahaan (PBV) adalah sebesar 0,822 sebagaimana terlihat pada Tabel 5.7 di atas. Nilai *squared multiple correlations* identik dengan R^2 pada SPSS. Besarnya koefisien determinasi (D) adalah nilai *squared multiple correlations* dikali 100%, sehingga $0,078 \times 100\% = 7,8\%$ dan $0,822 \times 100\% = 82,2\%$.

Berdasarkan nilai *squared multiple correlations* tersebut, dapat dinyatakan bahwa perubahan penghindaran pajak (ETR) dipengaruhi oleh *corporate social responsibility* (CSR), *leverage* (DER), dan profitabilitas (ROA) sebesar 7,8%. Perubahan nilai perusahaan (PBV) dipengaruhi oleh *corporate social responsibility* (CSR), *leverage* (DER), profitabilitas (ROA) dan penghindaran pajak (ETR) sebesar 82,2%.

KESIMPULAN

Sebagaimana hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat dirumuskan dari penelitian ini adalah bahwa *corporate social responsibility* memberikan kontribusi positif tidak signifikan terhadap penghindaran pajak, *leverage* memberikan kontribusi positif tidak signifikan terhadap penghindaran pajak, profitabilitas memberikan kontribusi negatif tidak signifikan terhadap penghindaran pajak. Selanjutnya *corporate social responsibility* memberikan kontribusi positif signifikan terhadap nilai perusahaan, *leverage* memberikan kontribusi positif signifikan terhadap nilai perusahaan,

profitabilitas memberikan kontribusi positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara penghindaran pajak memberikan kontribusi positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

SARAN

Sebagaimana kesimpulan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka saran yang dapat dirumuskan dan ditujukan bagi manajemen perusahaan industri barang konsumsi adalah hendaknya memperhatikan faktor *corporate social responsibility*, *leverage* dan profitabilitas karena mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam menetapkan strategi untuk mempertahankan eksistensi perusahaan dalam menghadapi perkembangan bisnis khususnya pada sektor industri barang konsumsi.

IMPLIKASI TEORITIS DAN PRAKTIS

Implikasi teoritis yang dapat dirumuskan dari penelitian ini adalah hasil penelitian memberikan informasi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen bahwa *corporate social responsibility*, *leverage*, dan profitabilitas tidak secara signifikan memberikan kontribusi terhadap tingkat penghindaran pajak perusahaan. Hasil penelitian ini juga memberikan informasi bahwa *corporate social responsibility*, *leverage*, dan profitabilitas secara signifikan memberikan kontribusi terhadap nilai perusahaan, namun penghindaran pajak tidak memberikan kontribusi yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Implikasi praktis yang dapat dirumuskan dari penelitian ini adalah :

1. Profitabilitas merupakan faktor yang paling penting untuk diperhatikan oleh perusahaan industri barang konsumsi dalam meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini karena profitabilitas memberikan pengaruh terbesar terhadap nilai perusahaan yaitu sebesar 0,794. Perusahaan yang ingin mencapai harga saham tinggi harus mampu mencapai laba yang tinggi terlebih dahulu, sehingga mendapatkan penilaian positif dari investor.
2. *Leverage* merupakan faktor kedua yang juga penting untuk diperhatikan perusahaan industri barang konsumsi dalam meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini karena *leverage* memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan yaitu sebesar 0,341 meskipun pengaruhnya tidak sebesar profitabilitas. Perusahaan dapat menggunakan utang dari pihak eksternal untuk melakukan investasi yang nantinya akan meningkatkan laba perusahaan di masa depan. Profitabilitas yang tinggi akan membuat *return* yang diberikan kepada investor juga tinggi, sehingga hal ini merupakan sinyal positif bagi investor.

3. *Corporate social responsibility* merupakan faktor yang tidak kalah pentingnya untuk diperhatikan perusahaan industri barang konsumsi dalam meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini karena *corporate social responsibility* memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan yaitu sebesar 0,119 meskipun tidak sebesar pengaruh profitabilitas dan *leverage*. Perusahaan dapat melakukan praktik CSR selain karena sudah merupakan kewajiban untuk bertanggungjawab pada aspek ekonomi, sosial dan lingkungan sebagai akibat dari keberadaannya, kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan juga dapat menimbulkan legitimasi positif dari *stakeholder* dan *shareholder* yang akan meningkatkan nilai perusahaan.

PENELITIAN MENDATANG

Penelitian ini tidak terlepas dari adanya beberapa keterbatasan yang nantinya diharapkan akan dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk penelitian selanjutnya, yaitu :

1. Penelitian ini hanya menggunakan sampel dari perusahaan industri barang konsumsi saja, sehingga penelitian mendatang diharapkan dapat menambahkan sampel perusahaan dari industri lain sehingga dapat memberikan kekuatan generalisasi yang lebih luas dan lebih baik lagi.
2. Penelitian ini menggunakan data penghindaran pajak dan nilai perusahaan dari tahun 2013-2015, sementara pada tahun 2016 terdapat kebijakan pengampunan pajak (*tax amnesty*) yang memberikan kesempatan bagi wajib pajak untuk memulai lembar baru dalam menjalankan kewajiban perpajakan mulai tahun pajak 2016. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan periode penelitian sehingga dapat diketahui perbandingan penghindaran pajak dan nilai perusahaan sebelum dan sesudah kebijakan penghindaran pajak.
3. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility*, *leverage*, profitabilitas, dan penghindaran pajak untuk mengetahui pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel lain sehingga dapat diketahui variabel apa saja yang mempengaruhi dan dapat memperkuat nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Atrill, P. (2014). *Financial Management for Decision Makers*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Budiasni, N.W.N., and Darma, G.S. (2016). Penerapan Corporate Social Responsibility pada Lembaga Keuangan Berbasis Kearifan Lokal, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 13 (2): 1-19.
- Darma, G.S. (2004). Qualitative and Quantitative Data in Management Research: A Study of the Banking Industry, *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 16 (2): 107-118.
- Dewi, N.M.A.T., and Darma, G.S. (2016). Efektivitas Leadership, Growth Performance dan Regulasi Otoritas Jasa Keuangan, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 13 (1): 1-13.
- Harahap, S. (2015). *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hariwijaya, H., & Triton. (2013). *Pedoman Penulisan Ilmiah Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Platinum.
- Hasibuan, V., Dzulkirom, M., & Endang, N. (2016). Pengaruh Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 39 (1): 139-147.
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Nahda, K., and Harjito, D. (2011). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi, *Jurnal Siasat Bisnis*, 15 (1): 1-12.
- Pratama, I., and Wiksuana, I. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi, *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5 (2): 1338-1367.
- Putra, I., and Merkusiwati, N. (2016). Pengaruh Komisaris Independen, Leverage, Size, dan Capital Intensity Ratio pada Tax Avoidance, *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 17 (1): 690-714.
- Putri, H., and Raharja, S. (2013). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Moderating, *Diponegoro Journal of Accounting*, 2 (3): 1-15.
- Riadevi, N.L.P.D., and Darma, G.S. (2016). Analisis Hubungan Indeks Harga Saham Gabungan dan Exchange Rate Terhadap Return Saham Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 13 (1): 123-133.
- Rosalia, Y. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Corporate Governance Terhadap Penghindaran Pajak, *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 6 (3): 890-909.
- Rosiana, G., Juliarsa, G., and Sari, M. (2013). Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi, *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 5 (3): 723-738.
- Ross, S., Westerfield, R., and Jordan, B. (2009). *Pengantar Keuangan Perusahaan, Buku 1 edisi 8*. Jakarta: Salemba Empat.

- Samadiartha, I.N.D., and Darma, G.S. (2017). Dampak Sistem E-Filing, Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **14** (1): 75-103.
- Sartono, R. (2014). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi Edisi 4*. Yogyakarta: BPFE.
- Sarwono, J. (2007). *Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis Dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Suandy, E. (2009). *Perencanaan Pajak. Edisi 4*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Alfabeta.
- Suwardika, I., and Mustanda, I. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti, *E-Jurnal Manajemen Unud*, **6** (3): 1248-1277.
- Utami, S., and Tresnaningsih, E. (2013). Analisis Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Hubungan Antara Perencanaan Pajak dan Nilai Perusahaan, *Jurnal Akuntansi Universitas Indonesia*: 1-19.
- Utomo, J. G. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Leverage, Komisaris Independen dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016), *Jurnal Universitas Dian Nuswantoro Semarang*: 1-11.
- Wijaya, B., and Sedana, I. (2015). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijaksanaan Dividen dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Mediasi, *E-Jurnal Manajemen Unud*, **4** (12): 4477-4500.
- Zulganef. (2008). *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.