

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Pembangunan Nasional dan perekonomian yang berlangsung secara terus menerus dan berkesinambungan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat merupakan salah satu tujuan utama pemerintah. Oleh karena itu, pendapatan negara memegang peranan penting untuk mencapai tujuan tersebut. Pendapatan negara merupakan penerimaan yang diperoleh dari berbagai sumber untuk membiayai dan menjalankan seluruh program pemerintah untuk memenuhi kebutuhan rakyat. Sumber-sumber penerimaan negara antara lain adalah pajak, retribusi, pinjaman, keuntungan BUMN/BUMD, sumbangan, dan lain-lain. Penerimaan negara yang paling potensial dari berbagai sumber penerimaan tersebut adalah pajak.

Dari segi ekonomi, pajak merupakan pemindahan sumber daya dari sektor privat (individu atau perusahaan) ke sektor publik. Pengertian pajak menurut Prof. PJA. Adriani dalam (Pudyatmoko, 2009 :3) adalah, " iuran kepada negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan, dengan tidak mendapat prestasi kembali dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berhubung dengan tugas negara untuk menjalankan pemerintahan". Untuk itu, seluruh warga negara berkewajiban ikut serta meningkatkan pembangunan nasional dengan cara berkontribusi dalam pembayaran pajak.

Menurut Badan Pusat Statistik Republik Indonesia (2017), dalam periode tahun 2012-2016 pemerintah mampu meningkatkan realisasi penerimaan negara melalui pembayaran pajak ( baik pajak dalam negeri maupun pajak perdagangan international) sebesar Rp 980.518 triliun pada tahun 2012 menjadi Rp 1.539.167 triliun pada tahun 2016. Dalam periode tersebut, total penerimaan perpajakan cenderung mengalami peningkatan, seperti yang terlihat dalam tabel I.1 berikut.

**Tabel I.1**  
**Penerimaan Perpajakan Republik Indonesia**  
**(milyaran rupiah)**

<b>SUMBER PENERIMAAN PAJAK</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<b>Pajak Dalam Negeri :</b>	<b>930.862</b>	<b>1.029.850</b>	<b>1.103.218</b>	<b>1.205.479</b>	<b>1.503.295</b>
Pajak Penghasilan	465.070	506.443	546.181	602.308	855.843
Pajak Pertambahan Nilai	337.585	384.714	409.182	423.711	474.235
Pajak Bumi dan Bangunan	28.969	25.305	23.476	29.250	17.711
Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan	0	0	0	0	0
Cukai	95.028	108.452	118.086	144.641	148.091
Pajak Lainnya	4.211	4.937	6.293	5.568	7.415
<b>Pajak Perdagangan International</b>	<b>49.656</b>	<b>47.457</b>	<b>43.648</b>	<b>34.940</b>	<b>35.872</b>
Bea Masuk	28.418	31.621	32.319	31.213	33.372
Pajak Ekspor	21.238	15.835	11.329	3.727	2.500
<b>Total Penerimaan dari Perpajakan</b>	<b>980.518</b>	<b>1.077.307</b>	<b>1.146.866</b>	<b>1.240.419</b>	<b>1.539.167</b>

**Sumber : Laporan Realisasi Anggaran-Kementerian Keuangan (2017)**

Subjek pajak penghasilan terdiri atas subjek pajak pribadi, subjek pajak badan dan bentuk usaha tetap. Dalam UU No 36 Tahun 2008 pasal 2 ayat 1, menjelaskan yang dimaksud subjek pajak badan adalah sekumpulan orang dan atau modal yang merupakan kesatuan, baik yang melakukan usaha maupun yang tidak melakukan usaha yang meliputi perseroan terbatas (PT), perseroan komanditer (CV), perseroan lainnya.

Dari pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa salah satu yang menjadi subjek pajak adalah perusahaan. Setiap perusahaan didirikan dengan struktur dan tujuan yang berbeda. Meningkatkan nilai adalah tujuan utama yang ingin dicapai setiap perusahaan. Salah satu indikator penting yang digunakan untuk mengetahui peningkatan nilai perusahaan adalah laba yang dapat dilihat dalam laporan keuangan. Semakin besar laba suatu perusahaan maka, semakin besar pula jumlah pajak yang dibayarkan oleh perusahaan.

Semakin besar pajak yang dibayarkan perusahaan, maka pendapatan negara semakin besar. Tujuan pemerintah untuk memaksimalkan penerimaan di sektor perpajakan dengan terus meningkatkan target penerimaan pajak negara setiap tahun bertentangan dengan tujuan perusahaan, dimana perusahaan berusaha untuk mengefisiensikan beban pajaknya sehingga dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar dalam rangka mensejahterakan pemilik, karyawan dan melanjutkan kelangsungan hidup perusahaan (Yoehana, 2013).

Bagi negara, pajak merupakan sumber penerimaan yang penting. Sebaliknya, bagi perusahaan pajak merupakan beban yang akan mengurangi laba bersih serta juga dapat mempengaruhi keputusan bisnis perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Smith & Skousen dalam (Suandy, 2011:15) “bagi perusahaan, pajak yang dikenakan terhadap penghasilan yang diterima atau diperoleh dapat dianggap sebagai biaya/ beban (*expense*) dalam menjalankan usaha atau melakukan kegiatan maupun distribusi laba kepada pemerintah”. Oleh karena itu, perusahaan berusaha meminimalisasi beban pajak baik secara legal maupun ilegal dengan melakukan manajemen pajak.

Menurut Sophar dalam (Suandy, 2011:7) mengatakan bahwa “manajemen pajak adalah sarana untuk memenuhi kewajiban perpajakan dengan benar tetapi jumlah pajak yang dibayar dapat ditekan serendah mungkin untuk memperoleh laba dan likuiditas yang diharapkan manajemen”. Manajemen pajak harus dilakukan dengan baik agar tidak melanggar peraturan perpajakan yang ada, perusahaan dapat memanfaatkan celah-celah yang ada dalam peraturan perpajakan di Indonesia. Dan tindakan ini dapat disebut tindakan agresif dalam perpajakan. Persoalan agresivitas pajak perusahaan merupakan masalah perpajakan yang sudah lama terjadi. Tindakan para manajer yang dirancang untuk meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar oleh perusahaan melalui kegiatan agresif pajak merupakan suatu hal yang tidak asing lagi bagi lingkungan perusahaan.

Kemudian Lanis dan Richardson (2012) dalam Kurniasih dan Maria (2013) menambahkan, “aktivitas agresivitas pajak adalah aktivitas yang tidak etis”. Tidak etis ini maksudnya bahwa perusahaan tidak membayar pajak secara wajar dan tidak sesuai dengan jumlah yang seharusnya dibayarkan kepada pemerintah, sedangkan pajak merupakan sumber pendapatan bagi suatu negara yang digunakan untuk membiayai belanja negara dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Perilaku agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan akan memberikan reputasi yang buruk bagi perusahaan dihadapan para pemangku kepentingan, masyarakat, kreditor, dan pemerintah, sehingga untuk mengembalikan citra dan reputasi perusahaan, perusahaan menggunakan laporan tahunan sebagai salah satu media komunikasi dengan pihak luar ataupun masyarakat. Perusahaan

mengungkapkan informasi *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan.

“Secara teoritis CSR merupakan inti dari etika bisnis, dimana suatu perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal kepada pemegang saham (*shareholders*), tetapi perusahaan juga mempunyai kewajiban terhadap pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*)”, dalam (Azheri, 2012:5). Jadi, CSR lebih menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap kepentingan pihak-pihak lain secara lebih luas (*stakeholders*). Kepedulian perusahaan dapat terlihat dari komitmen perusahaan untuk mempertanggungjawabkan segala dampak dari aktivitas usahanya dalam dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan atau yang biasa disebut dengan istilah *triple bottom line*.

Menurut Deegan, et dalam Sagala (2015) teori legitimasi menunjukkan bahwa untuk mengurangi perhatian masyarakat, perusahaan yang melakukan agresif pajak akan cenderung melebih-lebihkan informasi pengungkapan CSR yang berhubungan dengan kegiatan CSR di berbagai area. Hal ini dilakukan manajemen untuk menunjukkan bahwa perusahaan melaksanakan kewajiban atau untuk mengubah pandangan masyarakat tentang kegiatan perusahaan. Jadi, munculnya *corporate social responsibility* (CSR) merupakan respon atas tindakan perusahaan yang telah merugikan masyarakat dan lingkungan yang ada disekitar lingkungan perusahaan.

Menurut Gunawan dalam (Zona,2015) program CSR di Indonesia memiliki tiga bentuk yaitu : CSR Berbasis Karikatif (*Charity*) yang diwujudkan

dengan memberikan bantuan yang diinginkan oleh masyarakat. Program karikatif termotivasi dari agama, tradisi, dan motivasi yang diwujudkan dalam bentuk hibah sosial yang dilaksanakan untuk tujuan jangka pendek dan penyelesaian masalah sesaat saja. CSR Berbasis Kedermawanan (*Philanthropy*) didasari oleh kesadaran norma etika dan hukum universal akan perlunya redistribusi kekayaan. Program ini terencana dengan baik dibuktikan dengan terbentuknya yayasan independen yang menjadi agen perusahaan untuk melaksanakan program CSR filantropinya. CSR Berbentuk Pemberdayaan Masyarakat (*Community Development*).

Salah satu implementasi tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) adalah melalui *corporate citizenship*. *Good Corporate Citizenship* (GCC) juga terkait dengan masalah pembangunan masyarakat, perlindungan dan pelestarian lingkungan. Selain itu, GCC bertujuan memberikan akses dalam pemberdayaan masyarakat (*Community Development*) dan terkait langsung dengan proses usaha perusahaan.

Di Indonesia pemerintah mewajibkan perusahaan untuk membuat laporan *corporate social responsibility*. Dalam UU No 40 Tahun 2007 pasal 1 ayat 3 tentang perseroan terbatas menerangkan, “Tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya”.

Selain mewajibkan CSR, pemerintah juga memberi insentif pada perusahaan yang melaksanakan CSR dengan membolehkan CSR sebagai pengurang penghasilan bruto yang diatur dalam PP 93 Tahun 2010 pasal 1, yang isinya tentang bentuk-bentuk sumbangan CSR yang dapat digunakan sebagai pengurang penghasilan bruto. PP 93 Tahun 2010 pasal 1 tentang sumbangan-sumbangan yang dapat dikurangkan dari penghasilan bruto juga menjelaskan, “besarnya nilai sumbangan dan/atau biaya yang dapat dikurangkan dari penghasilan bruto untuk 1 (satu) tahun dibatasi tidak melebihi 5% (lima persen) dari penghasilan neto fiskal tahun pajak sebelumnya”. Dimana peraturan ini dapat digunakan perusahaan untuk mengurangi jumlah beban pajak mereka.

Bila perusahaan melakukan CSR berarti perusahaan turut membantu negara dalam mensejahterakan masyarakat, melestarikan lingkungan dan melakukan pembangunan berkelanjutan yang bermanfaat bagi semua orang. (Sagala, 2015) mengatakan, “perusahaan yang semakin peduli terhadap pentingnya CSR akan semakin sadar akan pentingnya pajak bagi masyarakat dan negara dimana pajak memberikan kontribusi besar bagi pendapatan negara”. Jadi, CSR mempunyai hubungan yang erat dengan agresivitas pajak, dimana perusahaan yang banyak mengungkapkan CSR akan tidak atau sedikit melakukan agresivitas pajak.

Menurut Dharma dan Ardiana dalam Rina (2016: 25), pengaruh perusahaan dalam membayar pajak juga dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Semakin besar aset yang dimiliki perusahaan maka semakin besar ukuran perusahaan. Besar kecilnya aset juga memengaruhi jumlah produktifitas

perusahaan, sehingga laba yang dihasilkan perusahaan juga akan terpengaruh. Laba yang dihasilkan oleh perusahaan yang memiliki aset besar akan memengaruhi tingkat pembayaran pajak perusahaan. Perusahaan yang tergolong perusahaan kecil tidak dapat mengelola pajak dengan optimal dikarenakan kekurangan ahli dalam hal perpajakan, berbeda dengan perusahaan yang tergolong perusahaan besar yang memiliki sumber daya yang lebih besar sehingga dapat dengan mudah mengelola pajak. Jadi, *Size* atau ukuran perusahaan dapat mempengaruhi *Effective Tax Rates* (ETR) sebuah perusahaan.

Semakin besar perusahaan maka akan semakin rumit dan kompleks transaksi yang ada didalam perusahaan. Sehingga perusahaan dapat memanfaatkan banyak celah yang ada untuk meminimalkan ETR mereka. ETR merupakan salah satu proksi yang digunakan untuk mengukur agresivitas pajak perusahaan. ETR pada dasarnya adalah sebuah besaran tarif pajak yang ditanggung oleh perusahaan, Ardyansah dan Zulaikha dalam (Muzakki, 2015: 22).

Beberapa penelitian telah dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh agresivitas pajak dan ukuran perusahaan terhadap CSR. Salah satunya dilakukan oleh Lanis dan Richardson (2013) yang menggunakan proksi ETR sebagai alat pengukur agresivitas pajak dan untuk mengukur CSR, Lanis dan Richardson (2012) menggunakan St James Ethnic Centre (2009) *corporate responsibility index* (CRI) yang menemukan adanya hubungan positif yang dihasilkan dari pengaruh agresivitas pajak terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian yang dilakukan oleh Sagala (2015), tentang Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan ukuran perusahaan terhadap Agresivitas

Pajak pada Perusahaan non- Keuangan yang terdaftar di BEI tahun 2011-2013. Sagala menguji hubungan antara CSR dengan agresivitas pajak menggunakan proksi *Effective Tax Rates* (ETR). Dan menggunakan indikator *Global Reporting Initiative* (GRI) untuk mengukur CSR. Hasil penelitiannya adalah CSR berpengaruh negatif pada aktivitas agresivitas pajak perusahaan dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Penelitian yang dilakukan oleh Luke (2016), tentang Analisis Faktor yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak. Luke menguji hubungan antara CSR, ukuran perusahaan dan ROA terhadap agresivitas pajak dan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak serta ukuran perusahaan memiliki hubungan positif signifikan terhadap agresivitas pajak.

Dari beberapa uraian di atas, dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan hasil penelitian dan teori pada variabel yang akan diteliti. Seperti perbedaan hasil penelitian pada hubungan antara CSR dan agresivitas pajak yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson (2012) menemukan adanya hubungan positif yang dihasilkan dari pengaruh agresivitas pajak terhadap pengungkapan CSR. Sagala (2015), Hasil penelitiannya adalah CSR berpengaruh negatif pada aktivitas agresivitas pajak perusahaan. Luke (2016) meneliti hubungan antara CSR dan agresivitas pajak dan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak.

Dari perbedaan hasil penelitian dan teori pada variabel yang akan diteliti. Hal ini membuat variabel tersebut akan menarik untuk diteliti. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Sagala (2015) yang menguji pengaruh *corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak. Perbedaan penelitian ini dari peneliti sebelumnya adalah sampel perusahaan yang digunakan adalah perusahaan *real estate* dan *property* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014 – 2016.

Alasan pemilihan objek pada perusahaan *real estate* and *property* dikarenakan, *pesatnya perkembangan bisnis properti mengindikasikan ada potensi penerimaan pajak yang sangat menjanjikan. Selain itu, kecenderungan kegiatan agresivitas pajak yang dilakukan oleh pelaku bisnis properti yang membuat negara kehilangan potensi penerimaan triliunan rupiah.* Menyadari adanya potensi penerimaan pajak tersebut, Direktorat Jenderal Pajak (DJP) menetapkan sektor properti sebagai salah satu sektor prioritas penggalan potensi pajak di tahun 2013 dan masih berlanjut hingga saat ini. Diduga masih banyak terjadi agresivitas pajak perusahaan, khususnya Pajak Penghasilan (PPh), yang dilakukan oleh pelaku bisnis. ([www.majalahpajak.net](http://www.majalahpajak.net), Oktober 2017).

Terkait dengan tindakan agresivitas pajak perusahaan *real estate* dan *property*, ada enam cara yang dilakukan perusahaan *real estate* dan *property* di Indonesia untuk meminimalkan jumlah pajaknya, yaitu : (1) menyiasati perbedaan kewajiban pajak dengan memecah unit usaha *property* berdasarkan fungsi. Contoh, memecah menjadi perusahaan konstruksi dan perusahaan pemasaran. (2) pembayaran pajak pertambahan nilai (PPN) ke negara seharusnya dilakukan

pada saat ditandatangani akte jual beli. Tapi, perusahaan properti menghitungnya ketika penyerahan penguasaan fisik, pelunasan pembayaran, atau pengalihan hak sehingga penerimaan PPN tertunda. (3) melakukan penghindaran pajak penjualan atas barang mewah (PPnBM) melalui: luas bangunan di Surat Pemberitahuan Pajak Terutang (SPPT) berbeda dengan Izin Mendirikan Bangunan (IMB) dan fisik bangunan, penambahan bangunan di luar spesifikasi awal dengan kontrak terpisah, seperti mengerjakan garasi dan kolam renang berbeda dengan kontraktor rumah, serta unsur bangunan landed house yang tidak dilaporkan sebagai penghitung komponen luas bangunan. (4) menghindari pajak atas pesanan yang batal dengan dua cara: PPN atas cicilan yang telah dibayar terhadap unit properti yang dibatalkan tak pernah dilaporkan ke Ditjen Pajak dan penghasilan dari *penalty fee* dan *booking fee* atas unit yang batal tidak pernah dilaporkan ke Ditjen Pajak. (5) dari cara bayar, pengembang mengaku penjualan dilakukan secara mencicil sehingga pembayaran pajak disesuaikan dengan cicilan. Padahal, konsumen atau bank sudah membayar dengan lunas. (6) cara mendirikan bangunan yang tidak dilakukan sendiri tapi dibedakan-bedakan dan tidak dilakukan secara keseluruhan dalam satu waktu oleh satu kontraktor. Cara ini agar ada perbedaan kewajiban perpajakan ([www.pajak.go.id](http://www.pajak.go.id), September 2013).

Salah satu kasus pada sektor properti dan *real estate* adalah adanya kejangalan dalam menentukan Nilai Jual Objek Pajak pada proyek pulau reklamasi teluk Jakarta yaitu pulau C dan D yang pengembangnya adalah PT Agung Sedayu Group dan PT Agung Podomoro Land. Penyidik menelusuri penetapan NJOP di pulau reklamasi tersebut, jauh di bawah sewajarnya.

Diketahui, nilai jual objek pajak di Pulau Reklamasi C dan D hanya ditetapkan sebesar Rp 3,1 juta per meter ([www.tribunnews.com](http://www.tribunnews.com), November 2017). Sebenarnya ketentuan untuk pajak transaksi properti adalah bahwa harga bisa menggunakan harga transaksi pasar properti atau harga NJOP (Nilai Jual Objek Pajak) jika tidak diketahui harga pasaran yang wajar.

Perilaku pelanggaran pajak yang terdapat pada fenomena objek tersebut merupakan hal yang akan menurunkan nilai perusahaan bagi masyarakat dan pihak kepentingan lainnya. Untuk mengembalikan nilai perusahaan tersebut, perusahaan akan melakukan kegiatan-kegiatan sosial atau yang sering dikenal dengan istilah *coporate social responsibility* dan melaporkannya dalam laporan tahunan. Hal tersebutlah yang menjadi alasan peneliti menjadikan perusahaan *real estate* dan *property* sebagai objek penelitian serta, dalam penelitian ini akan menguji pengaruh dari pelaporan CSR dan mengkaitkannya terhadap tindakan agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan.

Dari latar belakang masalah dan fenomena yang telah diuraikan diatas, maka hal ini menjadi alasan bagi peneliti untuk mengambil judul penelitian **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan *Real Estate* dan *Property* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014 – 2016)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dan penjelasan yang telah dikemukakan dalam latar belakang diatas, maka yang menjadi rumusan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak?
2. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak?
3. Bagaimana pengaruh *corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan secara simultan terhadap agresivitas pajak?

### **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan secara simultan terhadap agresivitas pajak.

#### **2. Manfaat Penelitian**

Hasil dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dan praktis sebagai berikut :

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi wawasan pengetahuan penulis tentang masalah yang diteliti, sehingga dapat diperoleh gambaran yang

lebih jelas mengenai pengaruh *corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak.

b. Bagi Perusahaan

Agar perusahaan yang penulis jadikan lokasi penelitian dapat mengetahui seberapa besar pengaruh variabel *corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak.

c. Bagi Peneliti Lainnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan masukan yang dapat membantu penelitian lain dalam penelitian dibidang atau masalah yang sama serta menjadi salah satu informasi yang berguna bagi siapa saja yang membacanya.

#### **D. Sistematika Penulisan**

Untuk memperoleh gambaran secara umum bagian-bagian yang akan dibahas dalam penelitian ini, maka penulis menguraikan secara ringkas pembahasan ini ke dalam enam bab sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat dilakukannya penelitian serta sistematika penulisan.

#### **BAB II : TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS**

Bab ini menjelaskan landasan teoritis yang mendasari penelitian ini, gambaran peneliti sebelumnya. Bab ini menjelaskan mengenai *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan serta agresivitas pajak.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini penulis menjelaskan rangkaian metodologi yang digunakan dalam penelitian ini, mulai dari jenis penelitian, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, variabel penelitian, perumusan model, serta alat statistik yang digunakan untuk pengujian hipotesis.

### **BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Bab ini berisi gambaran umum sampel penelitian.

### **BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis serta pembahasan hasil penelitian untuk tiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

### **BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini merupakan penutup dari penelitian, yang mengemukakan kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan yang diumumkan, serta saran-saran sebagai rujukan penelitian yang akan datang.