

PERAN CORPORATE PHILANTHROPY, GREEN ACCOUNTING, DAN INSTITUTIONAL OWNERSHIP TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK

Melinda Wijaya^{1)*}

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lambung Mangkurat

email: melinda.wijaya@ulm.ac.id

ABSTRACT

This study examines corporate tax aggressiveness as an issue that may reduce government revenue and create reputational risk. The objective is to analyze the effect of corporate philanthropy, green accounting, and institutional ownership on tax aggressiveness. This study employs a quantitative approach with an associative research design. The sample consists of energy sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange during 2022–2024, selected using purposive sampling. Data are analyzed using multiple linear regression. The results show that corporate philanthropy has no significant effect on tax aggressiveness, while green accounting and institutional ownership have a negative and significant effect. These findings indicate that symbolic social activities are insufficient to influence tax policy, whereas environmental transparency and effective monitoring mechanisms can reduce opportunistic managerial behavior. This study contributes theoretically by distinguishing symbolic and substantive dimensions of social responsibility and integrating Legitimacy theory and agency theory. Practically, the findings provide insights for firms and regulators to enhance transparency and governance in reducing tax aggressiveness.

Keywords: tax aggressiveness; corporate philanthropy; green accounting; institutional ownership

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji isu agresivitas pajak perusahaan yang berpotensi mengurangi penerimaan negara serta menimbulkan risiko reputasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *corporate philanthropy*, *green accounting*, dan *institutional ownership* terhadap agresivitas pajak. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif. Sampel penelitian adalah perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024 yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate philanthropy* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak, sedangkan *green accounting* dan *institutional ownership* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap agresivitas pajak. Temuan ini menunjukkan bahwa aktivitas sosial yang bersifat simbolik tidak cukup untuk memengaruhi kebijakan pajak, karena aktivitas tersebut lebih berorientasi pada peningkatan citra perusahaan dibandingkan perbaikan tata kelola fiskal dan transparansi perpajakan, sementara transparansi lingkungan dan mekanisme pengawasan efektif dalam menekan perilaku oportunistik manajemen. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dengan membedakan dimensi tanggung jawab sosial menjadi simbolik dan substantif serta mengintegrasikan teori legitimasi dan teori keagenan. Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi bagi perusahaan dan regulator untuk meningkatkan transparansi dan tata kelola guna mengurangi agresivitas pajak.

Kata Kunci: agresivitas pajak; corporate philanthropy; green accounting; institutional ownership

1. PENDAHULUAN

Pada lanskap bisnis modern, praktik pengelolaan pajak perusahaan semakin menjadi perhatian karena implikasinya tidak hanya terbatas pada aspek finansial, tetapi juga menyentuh dimensi sosial dan reputasi. Agresivitas pajak dipahami sebagai strategi perusahaan dalam menekan beban fiskal melalui perencanaan yang masih berada dalam

koridor legal, namun sering kali memanfaatkan celah dalam regulasi perpajakan (Kovermann & Velte, 2019). Praktik ini menjadi sorotan karena berpotensi mengurangi kontribusi perusahaan terhadap penerimaan negara sekaligus menimbulkan persepsi negatif dari publik terhadap integritas perusahaan (Hanlon, M. & Heitzman, 2010). Padahal, pajak merupakan salah satu sumber utama pendapatan negara yang digunakan untuk mendukung berbagai

*Corresponding author. E-mail: melinda.wijaya@ulm.ac.id

program pembangunan nasional, sehingga kepatuhan perusahaan dalam memenuhi kewajiban perpajakan menjadi aspek yang sangat krusial (Dyrenge et al., 2017; Richardson et al., 2021)

Seiring dengan meningkatnya transparansi dan pengawasan terhadap aktivitas bisnis, perusahaan tidak lagi hanya diorientasikan pada pencapaian kinerja finansial, tetapi juga dituntut untuk memperhatikan tanggung jawab sosial dan keberlanjutan lingkungan (Riyadh et al., 2020). Agresivitas pajak sering kali menimbulkan persepsi negatif dari publik karena dianggap sebagai upaya perusahaan untuk mengurangi kontribusi terhadap negara secara legal namun kontroversial. Kondisi ini dapat memengaruhi legitimasi sosial perusahaan, sehingga perusahaan berupaya menjaga reputasi melalui aktivitas *corporate philanthropy* sebagai bentuk tanggung jawab sosial. Namun, aktivitas tersebut sering kali bersifat simbolik dan belum tentu mencerminkan komitmen substantif terhadap tata kelola perusahaan, termasuk dalam aspek pengelolaan perpajakan.

Corporate philanthropy sering digunakan perusahaan sebagai strategi untuk membangun citra positif serta memperoleh legitimasi sosial dari masyarakat melalui kegiatan sosial, donasi, dan program tanggung jawab sosial perusahaan. Namun, dalam beberapa kondisi, aktivitas tersebut tidak selalu mencerminkan komitmen substantif terhadap tata kelola perusahaan yang baik, melainkan hanya bersifat simbolik untuk menutupi praktik oportunistik seperti agresivitas pajak. Menurut Hanlon dan Heitzman (2010), agresivitas pajak dapat menimbulkan persepsi negatif dari publik karena perusahaan dianggap mengurangi kontribusinya terhadap penerimaan negara secara legal namun kontroversial. Kondisi ini dapat memengaruhi legitimasi sosial perusahaan, sehingga perusahaan berupaya menjaga reputasi melalui aktivitas *corporate philanthropy* sebagai bentuk tanggung jawab sosial. Dengan demikian, *corporate philanthropy* dapat menjadi sarana perusahaan untuk memperoleh dukungan stakeholder

sekaligus mengurangi tekanan publik atas praktik penghindaran pajak yang dilakukan.

Perusahaan diposisikan sebagai entitas yang memiliki tanggung jawab tidak hanya kepada pemegang saham, tetapi juga kepada berbagai pihak yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan, seperti pemerintah, investor, karyawan, dan masyarakat (Freeman, 1984). Kebijakan perpajakan perusahaan dalam hal ini menjadi indikator penting yang mencerminkan sejauh mana perusahaan mempertimbangkan kepentingan para pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusan strategis. Oleh karena itu, pengelolaan pajak tidak dapat dilepaskan dari tekanan sosial dan ekspektasi terhadap praktik bisnis yang lebih bertanggung jawab.

Selain itu, *legitimacy theory* menekankan bahwa perusahaan perlu menyelaraskan aktivitas operasionalnya dengan norma dan nilai yang berlaku di masyarakat guna memperoleh dan mempertahankan legitimasi sosial (Suchman, 1995). Perusahaan yang mampu menjaga legitimasi tersebut cenderung memperoleh dukungan yang lebih besar dari pemangku kepentingan, sehingga lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan yang berpotensi merusak reputasi, termasuk dalam praktik agresivitas pajak (Bird & Davis-Nozemack, 2018). Dalam konteks ini, perusahaan sering kali melakukan berbagai upaya untuk membangun citra positif melalui aktivitas sosial maupun peningkatan transparansi informasi.

Salah satu bentuk aktivitas tersebut adalah *corporate philanthropy*, yaitu pemberian donasi atau kontribusi sosial kepada masyarakat (Wang & Qian, 2016). Aktivitas ini bertujuan untuk meningkatkan citra perusahaan sekaligus memperoleh legitimasi sosial. Namun demikian, dalam praktiknya, *corporate philanthropy* sering kali bersifat simbolik dan belum tentu mencerminkan kebijakan internal perusahaan secara substantif, termasuk dalam aspek pengelolaan perpajakan. Di sisi lain, *green accounting* merepresentasikan pendekatan yang lebih substantif karena mengintegrasikan aspek lingkungan dalam proses pencatatan, pengukuran, dan pelaporan

aktivitas perusahaan (Kiranmai, 2018; Wiredu et al., 2023). Penerapan *green accounting* mampu meningkatkan transparansi dan akuntabilitas perusahaan terhadap dampak lingkungan yang ditimbulkan (Riyadh et al., 2020; Zaitegi et al., 2022), sehingga berpotensi memengaruhi perilaku perusahaan dalam aspek lain, termasuk kebijakan perpajakan.

Fenomena ini juga dapat dilihat pada beberapa perusahaan besar yang tetap aktif menjalankan program tanggung jawab sosial namun menghadapi sorotan terkait praktik penghindaran pajak. Salah satu contohnya adalah PT Adaro Energy yang pernah menjadi perhatian publik setelah laporan Global Witness (2019) mengenai dugaan praktik yang berpotensi mengurangi kewajiban pajak perusahaan. Di sisi lain, perusahaan tetap menjalankan berbagai program corporate social responsibility dan pelaporan keberlanjutan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa aktivitas sosial perusahaan dapat berfungsi sebagai alat legitimasi sosial di tengah isu agresivitas pajak. Sebaliknya, perusahaan yang menerapkan *green accounting* secara konsisten cenderung memiliki tata kelola yang lebih transparan dan akuntabel, sehingga berpotensi menekan perilaku oportunistik manajemen termasuk agresivitas pajak.

Selain dimensi sosial dan lingkungan, mekanisme tata kelola perusahaan juga memiliki peran penting dalam membentuk perilaku manajerial. Salah satu mekanisme tersebut adalah *institutional ownership*, yaitu kepemilikan saham oleh investor institusional yang memiliki kemampuan monitoring yang lebih kuat terhadap kebijakan manajemen (Huseynov & Klamm, 2020; Khan et al., 2021). Kehadiran investor institusional diharapkan mampu menekan perilaku oportunistik manajer, termasuk dalam praktik agresivitas pajak.

Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam terkait faktor-faktor yang memengaruhi agresivitas pajak. Beberapa penelitian menemukan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan berpengaruh terhadap agresivitas pajak, namun penelitian lain menunjukkan hasil yang tidak konsisten

(Kovermann & Velte, 2019). Selain itu, sebagian besar penelitian masih mengkaji tanggung jawab sosial perusahaan secara umum tanpa membedakan antara *corporate philanthropy* dan *green accounting*, padahal keduanya memiliki karakteristik yang berbeda, yaitu simbolik dan substantif.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *corporate philanthropy*, *green accounting*, dan *institutional ownership* terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024. Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan memisahkan dimensi tanggung jawab sosial ke dalam dua bentuk yang berbeda serta mengintegrasikan aspek sosial, lingkungan, dan tata kelola dalam satu kerangka analisis yang komprehensif.

2. KAJIAN LITERATUR

Legitimacy Theory

Legitimacy theory menjelaskan bahwa perusahaan berupaya memperoleh serta mempertahankan legitimasi dari masyarakat melalui pelaksanaan aktivitas operasional yang selaras dengan norma, nilai, dan ekspektasi sosial yang berlaku di lingkungan tempat perusahaan menjalankan usahanya (Suchman, 1995). Legitimasi sosial menjadi elemen yang sangat penting bagi keberlanjutan perusahaan karena seluruh aktivitas bisnis sangat bergantung pada penerimaan, kepercayaan, serta dukungan dari masyarakat dan para pemangku kepentingan.

Legitimasi dapat terbangun ketika aktivitas perusahaan dipersepsikan sejalan dengan sistem nilai yang hidup dalam masyarakat (Dowling & Pfeffer, 1975). Sebaliknya, apabila muncul disonansi antara praktik perusahaan dan ekspektasi publik, maka posisi legitimasi perusahaan berpotensi mengalami erosi. Oleh sebab itu, perusahaan cenderung melakukan berbagai strategi adaptif untuk menjaga keberterimaan sosial, antara lain melalui inisiatif sosial dan lingkungan serta penyajian informasi yang relevan dan transparan kepada publik.

Dalam kerangka penelitian ini, legitimacy theory dimanfaatkan untuk menguraikan bagaimana perusahaan mengonstruksi dan memelihara legitimasi melalui praktik *corporate philanthropy* serta implementasi *green accounting*. Kedua variabel tersebut merefleksikan ikhtiar perusahaan dalam mengakomodasi ekspektasi sosial dan ekologis, yang pada akhirnya berimplikasi pada pembentukan persepsi para pemangku kepentingan terhadap perusahaan, termasuk dalam menilai kecenderungan perilaku agresivitas pajak. Perusahaan yang mampu menjaga keberterimaan sosial umumnya akan lebih prudent dalam mengambil kebijakan terkait agresivitas pajak, mengingat praktik tersebut berpotensi menggerus citra dan reputasi korporasi.

Agency Theory

Agency theory menguraikan relasi kontraktual antara pemilik (principal) dan manajer (agent), di mana pihak manajer memperoleh mandat untuk mengelola perusahaan atas nama pemilik (Jensen & Meckling, 1976). Dalam relasi tersebut, kerap muncul friksi kepentingan karena manajer memiliki kecenderungan bertindak oportunistik demi mengoptimalkan utilitas pribadinya, yang tidak selalu kongruen dengan kepentingan pemilik.

Salah satu manifestasi dari perilaku oportunistik tersebut tercermin dalam agresivitas pajak, yakni strategi manajerial untuk menekan beban pajak guna mengoptimalkan laba setelah pajak. Meskipun pendekatan ini berpotensi menghasilkan keuntungan dalam jangka pendek, praktik tersebut juga menyimpan konsekuensi berupa risiko hukum serta degradasi reputasi yang dapat merugikan perusahaan dalam horizon jangka panjang.

Dalam kerangka penelitian ini, agency theory digunakan untuk mengelaborasi peran *institutional ownership* sebagai instrumen pengawasan yang berfungsi mereduksi kecenderungan oportunistik manajer. Investor institusional umumnya memiliki kapabilitas analitis serta sumber daya yang memadai untuk melakukan monitoring secara intensif terhadap

kebijakan manajerial, sehingga berpotensi membatasi praktik agresivitas pajak.

Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak dapat dipahami sebagai tindakan korporasi dalam mereduksi beban fiskal melalui skema perencanaan pajak yang tetap berada dalam koridor legal, namun cenderung mengeksploitasi celah dalam regulasi perpajakan (Suandy, 2016). Praktik ini merefleksikan strategi perusahaan dalam mengoptimalkan kewajiban pajak guna memaksimalkan perolehan laba.

Agresivitas pajak kerap diasosiasikan dengan derajat kepatuhan perusahaan terhadap regulasi perpajakan. Perusahaan dengan intensitas agresivitas pajak yang tinggi umumnya menunjukkan nilai effective tax rate (ETR) yang relatif rendah, yang mengindikasikan bahwa beban pajak yang dibayarkan lebih kecil dibandingkan dengan laba yang dihasilkan. Walaupun praktik ini berada dalam koridor legal, hal tersebut berpotensi memunculkan persepsi kurang positif dari para pemangku kepentingan karena dipandang sebagai upaya meminimalkan kontribusi perusahaan terhadap penerimaan negara.

Corporate philanthropy

Corporate philanthropy merupakan salah satu manifestasi tanggung jawab sosial perusahaan yang direalisasikan melalui pemberian donasi atau kontribusi sosial kepada masyarakat (Su & He, 2019). Aktivitas ini tidak hanya ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, tetapi juga berfungsi sebagai sarana pembentukan citra positif perusahaan di mata publik.

Dalam perspektif legitimacy theory, *corporate philanthropy* diposisikan sebagai instrumen untuk mengakumulasi legitimasi sosial melalui aktivitas yang bersifat visibel. Perusahaan berupaya menampilkan bahwa operasionalnya tidak semata berorientasi pada pencapaian profit, tetapi juga mengakomodasi dimensi sosial.

Namun demikian, dalam implementasinya, *corporate philanthropy* kerap bersifat simbolik

dan tidak selalu merepresentasikan kebijakan internal perusahaan secara substansial, termasuk dalam pengelolaan perpajakan. Oleh sebab itu, relasi antara *corporate philanthropy* dan agresivitas pajak menunjukkan pola yang cenderung inkonsisten.

Green accounting

Green accounting merupakan suatu pendekatan akuntansi yang menginternalisasikan dimensi lingkungan ke dalam proses pencatatan, pengukuran, serta pelaporan aktivitas perusahaan (Buallay, 2021). Konsep ini diarahkan untuk memperkuat transparansi perusahaan dalam mengelola dan mengungkapkan dampak ekologis yang dihasilkan dari kegiatan operasionalnya.

Implementasi *green accounting* merefleksikan komitmen korporasi terhadap prinsip keberlanjutan sekaligus memperkuat akuntabilitas kepada para pemangku kepentingan. Perusahaan yang mengadopsi pendekatan ini umumnya menunjukkan tingkat transparansi yang lebih tinggi serta kehati-hatian yang lebih intens dalam proses pengambilan keputusan, termasuk dalam formulasi kebijakan perpajakan, mengingat implikasinya yang dapat berdampak langsung terhadap reputasi dan kredibilitas perusahaan.

Institutional ownership

Institutional ownership merepresentasikan porsi kepemilikan saham oleh investor institusional yang berfungsi sebagai perangkat kontrol terhadap perilaku manajerial (Orazalin & Mahmood, 2021). Kehadiran investor institusional tersebut berkontribusi dalam memperkuat kualitas pengawasan terhadap berbagai kebijakan strategis perusahaan.

Dalam perspektif *agency theory*, *institutional ownership* berfungsi sebagai mekanisme yang mampu mereduksi konflik keagenan sekaligus membatasi kecenderungan oportunistik manajer, termasuk dalam praktik agresivitas pajak

Pengaruh Corporate philanthropy terhadap Agresivitas Pajak

Dalam perspektif *legitimacy theory*, perusahaan berupaya mengonstruksi serta mempertahankan legitimasi sosial dengan menyelaraskan aktivitas operasionalnya terhadap nilai dan norma yang berkembang di masyarakat. Salah satu manifestasi dari upaya tersebut tercermin melalui *corporate philanthropy*, yakni aktivitas pemberian donasi maupun kontribusi sosial kepada komunitas. Praktik ini merefleksikan sensitivitas perusahaan terhadap dimensi sosial sekaligus berfungsi sebagai instrumen pencitraan untuk memperkuat reputasi di hadapan para pemangku kepentingan

Corporate philanthropy kerap diposisikan sebagai medium simbolik untuk menegaskan komitmen tanggung jawab sosial perusahaan, sehingga mampu meningkatkan kepercayaan publik serta mengonsolidasikan relasi dengan stakeholder. Namun demikian, dalam implementasinya, aktivitas ini sering kali lebih berorientasi pada aspek visibilitas dan impresi eksternal. Konsekuensinya, *corporate philanthropy* tidak selalu merepresentasikan kebijakan internal yang bersifat strategis, termasuk dalam domain pengelolaan perpajakan.

Di sisi lain, agresivitas pajak merupakan manifestasi keputusan manajerial yang berkaitan dengan upaya perusahaan dalam mengoptimalkan beban pajak melalui skema tertentu. Karakteristik praktik ini cenderung teknis dan kompleks, sehingga tidak mudah terobservasi oleh publik. Dengan demikian, meskipun perusahaan aktif menjalankan aktivitas filantropi sebagai sarana memperoleh legitimasi sosial, hal tersebut tidak serta-merta berkorelasi langsung dengan kebijakan perusahaan dalam melakukan agresivitas pajak.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *corporate philanthropy* memiliki keterkaitan dengan agresivitas pajak perusahaan. Aktivitas sosial perusahaan melalui pemberian donasi, kontribusi sosial, dan berbagai bentuk kepedulian terhadap masyarakat mencerminkan upaya perusahaan dalam memperoleh legitimasi sosial serta menjaga reputasi di mata para stakeholder. Perusahaan yang aktif dalam *corporate*

philanthropy cenderung lebih berhati-hati dalam mengambil kebijakan perpajakan karena agresivitas pajak dapat menimbulkan persepsi negatif dari publik dan mengurangi kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Penelitian Zeng (2016) menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat aktivitas sosial yang tinggi cenderung memiliki agresivitas pajak yang lebih rendah karena berupaya mempertahankan reputasi dan nilai perusahaan. Sejalan dengan itu, Makhfudloh et al., (2018) menemukan bahwa aktivitas sosial perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak karena mencerminkan komitmen terhadap etika bisnis, legitimasi sosial, dan tanggung jawab kepada stakeholder. Selain itu, Bird & Davis-Nozemack (2018) menjelaskan bahwa praktik penghindaran pajak merupakan masalah keberlanjutan yang dapat merusak legitimasi sosial perusahaan, sehingga perusahaan yang berorientasi pada keberlanjutan jangka panjang cenderung menghindari agresivitas pajak. Hal ini menunjukkan bahwa *corporate philanthropy* dapat menjadi salah satu bentuk tanggung jawab sosial yang berperan dalam menekan perilaku agresivitas pajak perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : *Corporate philanthropy* berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Pengaruh *Green accounting* terhadap Agresivitas Pajak

Dalam perspektif legitimacy theory, perusahaan dituntut untuk mengartikulasikan aktivitas operasionalnya agar selaras dengan nilai serta norma yang berkembang di masyarakat, termasuk dalam dimensi lingkungan. Implementasi *green accounting* merupakan manifestasi tanggung jawab korporasi dalam mengintegrasikan aspek ekologis ke dalam sistem pelaporan maupun pengelolaan aktivitas operasional.

Green accounting merefleksikan derajat transparansi dan akuntabilitas perusahaan dalam mengungkapkan informasi terkait dampak lingkungan yang ditimbulkan. Perusahaan dengan tingkat pengungkapan lingkungan yang tinggi umumnya berada dalam sorotan yang lebih intens dari para pemangku

kepentingan, sehingga memunculkan tekanan normatif untuk menjalankan praktik bisnis yang lebih etis, prudent, dan bertanggung jawab.

Dalam konteks tersebut, perusahaan yang mengadopsi *green accounting* cenderung menghindari praktik agresivitas pajak karena berpotensi menimbulkan eksposur risiko reputasi serta menggerus legitimasi di mata publik. Tingkat transparansi yang tinggi juga memperbesar probabilitas terdeteksinya praktik-praktik yang tidak sejalan dengan prinsip kepatuhan, termasuk dalam ranah perpajakan.

Sejumlah studi empiris menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat tanggung jawab sosial dan lingkungan yang lebih tinggi cenderung memiliki intensitas agresivitas pajak yang lebih rendah. Penerapan *green accounting* mencerminkan komitmen perusahaan terhadap transparansi, akuntabilitas, dan tanggung jawab lingkungan dalam menjalankan aktivitas operasionalnya. Perusahaan yang menunjukkan transparansi yang kuat dalam aspek sosial dan lingkungan umumnya memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk memenuhi kewajiban perpajakannya secara patuh (Kim et al., 2011). Hal ini sejalan dengan legitimacy theory yang menjelaskan bahwa perusahaan berupaya menjaga kesesuaian aktivitas operasionalnya dengan nilai dan norma yang berlaku di masyarakat guna memperoleh dan mempertahankan legitimasi sosial. *Green accounting* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak karena perusahaan lebih mempertimbangkan legitimasi sosial dan reputasi perusahaan dalam pengambilan keputusan perpajakan (Lestari & Putri, 2021). Sejalan dengan itu, pengungkapan biaya lingkungan mampu meningkatkan akuntabilitas perusahaan sehingga dapat menekan praktik tax avoidance (Sari & Rahmawati, 2022). Implementasi *green accounting* berkaitan dengan tata kelola perusahaan yang lebih baik dan dapat mengurangi perilaku oportunistik manajemen (Pratama & Wahyudi, 2020). Semakin tinggi tingkat pengungkapan lingkungan perusahaan, maka semakin rendah kecenderungan perusahaan melakukan praktik penghindaran pajak (Dewi & Suaryana, 2021).

Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 : *Green accounting* berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Pengaruh *Institutional ownership* terhadap Agresivitas Pajak

Dalam perspektif Agency Theory, relasi antara pemilik dan manajer kerap memunculkan konflik kepentingan, di mana manajer memiliki kecenderungan untuk bertindak oportunistik dalam mengoptimalkan kepentingan pribadinya. Salah satu manifestasi dari perilaku tersebut tercermin dalam agresivitas pajak, yakni strategi untuk meningkatkan laba setelah pajak melalui penekanan beban fiskal.

Institutional ownership berperan sebagai mekanisme pengawasan yang efektif dalam mengurangi konflik keagenan tersebut. Investor institusional memiliki sumber daya dan kemampuan untuk melakukan monitoring terhadap kebijakan manajemen, sehingga dapat menekan tindakan oportunistik yang merugikan perusahaan dalam jangka panjang.

Perusahaan dengan tingkat kepemilikan institusional yang tinggi cenderung memiliki pengawasan yang lebih ketat terhadap manajemen. Hal ini menyebabkan manajer lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan yang berisiko tinggi, termasuk dalam praktik agresivitas pajak yang dapat menimbulkan konsekuensi hukum maupun reputasi.

Sejumlah penelitian terdahulu mengindikasikan bahwa kepemilikan institusional berperan signifikan dalam menekan agresivitas pajak. *Institutional ownership* merupakan salah satu mekanisme corporate governance yang mampu meningkatkan efektivitas pengawasan terhadap kebijakan manajemen perusahaan, termasuk dalam aspek perpajakan. Investor institusional memiliki sumber daya, pengalaman, dan kemampuan monitoring yang lebih kuat dibandingkan investor individu sehingga dapat menekan perilaku oportunistik manajer dalam melakukan praktik tax avoidance. Mekanisme pengawasan yang kuat terbukti mampu mereduksi praktik penghindaran pajak Guenther et al., (2021). Semakin besar proporsi kepemilikan institusional, maka semakin tinggi

pengawasan terhadap manajemen sehingga agresivitas pajak dapat ditekan (Putri & Lautania, 2016). Kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak karena investor institusional mampu meningkatkan kualitas pengawasan terhadap keputusan perpajakan perusahaan (Fadli, 2016). Selain itu, Pratiwi & Ardiyanto (2018) juga membuktikan bahwa *institutional ownership* berpengaruh negatif terhadap tax aggressiveness karena investor institusional cenderung mendorong manajemen untuk menjalankan kebijakan perpajakan yang lebih konservatif dan sesuai regulasi. Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3 : *Institutional ownership* berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dirancang dalam kerangka kuantitatif dengan pendekatan eksplanatori yang bertujuan menguji hubungan kausal antara variabel independen dan variabel dependen (Ghozali, 2021). Fokus analisis diarahkan pada pengaruh *corporate philanthropy*, *green accounting*, dan *institutional ownership* terhadap agresivitas pajak perusahaan. Penggunaan pendekatan kuantitatif didasarkan pada karakteristik data yang bersifat numerik serta kebutuhan untuk melakukan pengujian hipotesis secara empiris melalui teknik statistik. Unit analisis dalam penelitian ini mencakup perusahaan sektor energi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia selama periode 2022–2024. Pemilihan sektor energi didasarkan pada tingkat eksposur lingkungan yang relatif tinggi serta kompleksitas pengelolaan perpajakan yang melekat pada karakteristik industrinya. Selain itu, sektor ini berada dalam pengawasan regulatif yang lebih intensif, sehingga relevan untuk mengkaji keterkaitan antara aspek sosial, lingkungan, dan tata kelola perusahaan terhadap perilaku agresivitas pajak.

Pemilihan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan mempertimbangkan kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Kriteria tersebut meliputi ketersediaan laporan tahunan dan laporan keuangan secara lengkap selama

periode pengamatan, serta kelengkapan data yang dibutuhkan dalam pengukuran variabel penelitian. Dengan demikian, sampel yang digunakan diharapkan mampu merepresentasikan karakteristik populasi secara memadai.

Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keuangan perusahaan. Sumber data berasal dari situs resmi Bursa Efek Indonesia serta laman resmi masing-masing perusahaan. Informasi yang dikumpulkan mencakup beban pajak, laba sebelum pajak, aktivitas tanggung jawab sosial, tingkat pengungkapan lingkungan, serta struktur kepemilikan saham.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Ukuran	Referensi
AP	Upaya perusahaan menekan beban pajak melalui perencanaan pajak legal	Beban Pajak Penghasilan / Laba Sebelum Pajak	(Hanlon & Heitzman, 2010)
CP	Aktivitas sosial perusahaan melalui donasi dan kontribusi kepada masyarakat	Total biaya donasi sosial / Total aset	(Wang & Qian, 2016)
GA	Pencatatan dan pelaporan biaya lingkungan perusahaan	Indeks pengungkapan lingkungan	(Kiranmai, 2018)
IO	Kepemilikan saham oleh investor institusional sebagai bentuk pengawasan manajemen	Jumlah saham yang dimiliki institusi / Total saham beredar × 100%	(Huseynov & Klamm, 2020)

Sumber: Diolah Peneliti (2026)

Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\text{TaxAgg} = \alpha + \beta_1 \text{CP} + \beta_2 \text{GA} + \beta_3 \text{IO} + \varepsilon$$

Keterangan:

TaxAgg = Agresivitas Pajak

CP = *Corporate philanthropy*

GA = *Green accounting*

IO = *Institutional ownership*

α = Konstanta

β = Koefisien regresi

ε = Error term

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengevaluasi pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial, serta uji F untuk menguji pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Selain itu, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menilai kemampuan model dalam menjelaskan variasi agresivitas pajak

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tahap awal analisis dilakukan melalui statistik deskriptif untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik data penelitian. Statistik deskriptif menunjukkan nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian, yaitu agresivitas pajak, *corporate philanthropy*, *green accounting*, dan *institutional ownership*. Selanjutnya, analisis dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi asumsi yang diperlukan. Setelah itu, dilakukan uji kelayakan model melalui uji koefisien determinasi (R^2) dan uji F untuk menilai kemampuan model dalam menjelaskan hubungan antarvariabel. Tahap akhir dilakukan melalui uji hipotesis menggunakan uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen, yaitu *corporate philanthropy*, *green accounting*, dan *institutional ownership* terhadap agresivitas pajak secara parsial.

Tabel 2. Hasil Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviasi
CP	63	0.001	0.015	0.006	0.003
GA	63	0.200	0.850	0.520	0.150
IO	63	0.300	0.920	0.650	0.180
AP	63	0.050	0.350	0.210	0.070
Valid N	63				

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 1, diketahui bahwa variabel *corporate philanthropy* memiliki nilai minimum sebesar 0,001 dan maksimum sebesar 0,015 dengan rata-rata sebesar 0,006 serta

standar deviasi sebesar 0,003 yang menunjukkan bahwa data relatif homogen dengan tingkat variasi yang rendah antar perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa aktivitas filantropi perusahaan cenderung tidak bervariasi secara signifikan pada sampel penelitian. Variabel *green accounting* memiliki nilai minimum sebesar 0,20 dan maksimum sebesar 0,85 dengan rata-rata sebesar 0,52 serta standar deviasi sebesar 0,150 yang mengindikasikan adanya variasi data antar perusahaan dalam penerapan praktik akuntansi berbasis lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat implementasi *green accounting* masih beragam di antara perusahaan yang diteliti. Selanjutnya, variabel *institutional ownership* memiliki nilai minimum sebesar 0,30 dan maksimum sebesar 0,92 dengan rata-rata sebesar 0,65 serta standar deviasi sebesar 0,180 yang menunjukkan adanya variasi tingkat kepemilikan institusional antar perusahaan. Variasi ini mencerminkan perbedaan kekuatan monitoring dari investor institusional dalam masing-masing perusahaan. Adapun variabel agresivitas pajak yang diproksikan dengan *effective tax rate (ETR)* memiliki nilai minimum sebesar 0,05 dan maksimum sebesar 0,35 dengan rata-rata sebesar 0,21 serta standar deviasi sebesar 0,070 yang menunjukkan bahwa data memiliki variasi antar perusahaan dalam praktik pengelolaan pajak. Variasi ini mencerminkan adanya perbedaan tingkat kepatuhan maupun strategi pajak yang diterapkan oleh perusahaan.

Tabel 3. Uji Normalitas

	<i>Unstandardized Residual</i>	Keterangan
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,161	Terdistribusi Normal

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil pengujian yang disajikan pada Tabel 2, diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,161. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga dapat diartikan bahwa data residual dalam penelitian ini telah terdistribusi secara normal. Dengan demikian, model regresi yang digunakan telah memenuhi asumsi normalitas dan layak untuk dilanjutkan pada tahap pengujian selanjutnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa penyebaran data tidak

mengalami penyimpangan yang berarti dan dapat memberikan hasil estimasi yang lebih akurat dalam analisis regresi.

Tabel 4. Uji Multikolinieritas

Model (Constant)	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
<i>Corporate philanthropy</i>	0.674	1.483	Bebas multikolinieritas
<i>Green accounting</i>	0.538	1.859	Bebas multikolinieritas
<i>Institutional ownership</i>	0.592	1.689	Bebas multikolinieritas

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil pengujian yang disajikan pada Tabel 3, diketahui bahwa variabel *corporate philanthropy* memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,674 dan nilai VIF sebesar 1,483, variabel *green accounting* memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,538 dan nilai VIF sebesar 1,859, serta variabel *institutional ownership* memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,592 dan nilai VIF sebesar 1,689. Seluruh variabel independen menunjukkan nilai *tolerance* di atas 0,10 dan nilai VIF di bawah 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas dalam model regresi penelitian ini, sehingga model yang digunakan layak untuk dilanjutkan pada tahap analisis berikutnya.

Tabel 5. Uji Autokorelasi

Model	n	dU	Durbin Watson	4 – dU	Keterangan
1	63	1.69	2.03	2.31	Bebas autokorelasi

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil pengujian yang disajikan pada Tabel 4, diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 2,03. Dengan jumlah sampel (n) sebanyak 63 dan jumlah variabel independen sebanyak 3, diperoleh nilai dU sebesar 1,69 sehingga nilai 4 – dU sebesar 2,31. Dengan demikian, nilai Durbin-Watson berada di antara dU dan (4 – dU), yaitu $1,69 < 2,03 < 2,31$. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat autokorelasi dalam model regresi, sehingga model penelitian ini telah memenuhi asumsi autokorelasi dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 6. Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig.	Keterangan
(Constant)	-	-
Corporate philanthropy	0.372	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Green accounting	0.289	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Institutional ownership	0.415	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil pengujian yang disajikan pada Tabel 5, diketahui bahwa variabel *corporate philanthropy* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,372, variabel *green accounting* sebesar 0,289, dan variabel *institutional ownership* sebesar 0,415. Seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi di atas 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi penelitian ini. Dengan demikian, model regresi yang digunakan telah memenuhi asumsi heteroskedastisitas dan layak untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Tabel 7. Uji Nilai F

Model	F	Sig.
Regression	9.316	0.000

Sumber: Data diolah (2026)

Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 9,316 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari alpha 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak. Hasil tersebut juga mengindikasikan bahwa variabel *corporate philanthropy*, *green accounting*, dan *institutional ownership* secara simultan memiliki kemampuan dalam menjelaskan agresivitas pajak.

Tabel 8. Uji Koefisien Determinan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.492	0.242	0.219	0.058

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 7 diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,219. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 21,9% variasi agresivitas pajak dapat dijelaskan oleh variabel *corporate*

philanthropy, *green accounting*, dan *institutional ownership* dalam penelitian ini. Sedangkan sisanya sebesar 78,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 9. Uji Nilai T

Model	B	t	Sig.	Simpulan
(Constant)	0.312	4.215	0.000	-
CP	-0.041	-0.978	0.332	Tidak Berpengaruh
GA	-0.226	-2.874	0.006	Berpengaruh
IO	-0.198	-2.463	0.017	Berpengaruh

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 8, hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *corporate philanthropy* memiliki nilai koefisien sebesar -0,041 dengan nilai t sebesar -0,978 dan tingkat signifikansi sebesar 0,332 yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *corporate philanthropy* tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, sehingga hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa *corporate philanthropy* berpengaruh terhadap agresivitas pajak tidak terbukti. Variabel *green accounting* memiliki nilai koefisien sebesar -0,226 dengan nilai t sebesar -2,874 dan tingkat signifikansi sebesar 0,006 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *green accounting* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap agresivitas pajak, sehingga hipotesis kedua (H2) diterima. Artinya, semakin tinggi penerapan *green accounting*, maka semakin rendah tingkat agresivitas pajak perusahaan. Selanjutnya, variabel *institutional ownership* memiliki nilai koefisien sebesar -0,198 dengan nilai t sebesar -2,463 dan tingkat signifikansi sebesar 0,017 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *institutional ownership* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap agresivitas pajak, sehingga hipotesis ketiga (H3) diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kepemilikan institusional, maka semakin rendah tingkat agresivitas pajak perusahaan.

Pembahasan

Pengaruh *Corporate philanthropy* terhadap Agresivitas Pajak

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *corporate philanthropy* tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, yang

ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,332 yang lebih besar dari 0,05. Temuan ini mengindikasikan bahwa aktivitas filantropi perusahaan tidak memiliki keterkaitan langsung dengan keputusan perusahaan dalam melakukan praktik agresivitas pajak. Dengan demikian, keterlibatan perusahaan dalam kegiatan sosial tidak serta-merta mencerminkan tingkat kepatuhan perusahaan dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

Dalam perspektif Legitimacy Theory, perusahaan beroperasi berdasarkan kontrak sosial dengan masyarakat, sehingga keberlangsungan perusahaan sangat bergantung pada kemampuannya dalam memperoleh dan mempertahankan legitimasi dari lingkungan eksternal. *Corporate philanthropy* merupakan salah satu instrumen yang digunakan perusahaan untuk memperoleh legitimasi tersebut melalui kegiatan sosial yang bersifat visible, seperti pemberian donasi dan program kemasyarakatan. Aktivitas ini bertujuan untuk membangun citra positif, meningkatkan reputasi, serta memperoleh penerimaan sosial dari para pemangku kepentingan.

Namun demikian, legitimasi yang diperoleh melalui *corporate philanthropy* tidak selalu mencerminkan keselarasan antara citra yang ditampilkan perusahaan dengan praktik internal yang dijalankan, khususnya dalam hal kebijakan perpajakan. Perusahaan cenderung melakukan pemisahan antara aktivitas yang bersifat simbolik dan aktivitas yang bersifat substantif. *Corporate philanthropy* sering kali berfungsi sebagai sarana pencitraan atau simbol legitimasi, sementara agresivitas pajak merupakan keputusan internal yang bersifat teknis dan tidak mudah diamati oleh publik. Kondisi ini menyebabkan perusahaan dapat tetap aktif dalam kegiatan sosial tanpa harus mengubah strategi pengelolaan pajaknya, sehingga hubungan antara *corporate philanthropy* dan agresivitas pajak menjadi tidak signifikan.

Selain itu, dalam kerangka legitimasi, perusahaan lebih terdorong untuk mengoptimalkan aktivitas yang memiliki tingkat visibilitas tinggi dibandingkan dengan

praktik yang kurang terlihat oleh masyarakat. *Corporate philanthropy* merupakan aktivitas yang mudah dikomunikasikan melalui laporan keberlanjutan maupun media publik, sehingga memberikan dampak langsung terhadap persepsi masyarakat. Sebaliknya, praktik agresivitas pajak memiliki karakteristik yang kompleks dan tidak mudah dipahami oleh publik, sehingga tekanan sosial terhadap perilaku tersebut relatif lebih rendah. Perbedaan tingkat visibilitas ini menyebabkan perusahaan lebih fokus pada aktivitas filantropi dibandingkan dengan perubahan kebijakan perpajakan, yang pada akhirnya membuat keduanya tidak menunjukkan hubungan yang signifikan.

Lebih lanjut, tidak signifikannya pengaruh *corporate philanthropy* terhadap agresivitas pajak juga dapat dijelaskan dari konteks implementasi kegiatan filantropi di Indonesia yang belum sepenuhnya terintegrasi dengan strategi bisnis perusahaan. Dalam praktiknya, kegiatan filantropi sering kali dilakukan sebagai bentuk kepatuhan normatif atau untuk memenuhi ekspektasi sosial, bukan sebagai bagian dari strategi keberlanjutan yang terhubung langsung dengan kebijakan keuangan perusahaan. Akibatnya, keputusan terkait aktivitas sosial dan kebijakan perpajakan berjalan secara terpisah, sehingga *corporate philanthropy* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap agresivitas pajak.

Dari sisi karakteristik data, variabel *corporate philanthropy* dalam penelitian ini menunjukkan tingkat variasi yang relatif rendah, yang tercermin dari nilai standar deviasi yang kecil. Hal ini mengindikasikan bahwa aktivitas filantropi antar perusahaan dalam sampel penelitian cenderung homogen. Dalam analisis regresi, variabel dengan variasi yang rendah memiliki kemampuan terbatas dalam menjelaskan variasi variabel dependen, sehingga kontribusinya terhadap agresivitas pajak menjadi tidak signifikan. Sebaliknya, agresivitas pajak menunjukkan variasi yang lebih tinggi, yang menandakan bahwa praktik tersebut lebih dipengaruhi oleh faktor lain yang lebih spesifik dan berkaitan langsung dengan kebijakan internal perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Richardson (2016) menemukan bahwa CSR tidak memiliki hubungan yang konsisten dengan praktik penghindaran pajak. Selain itu, Huseynov & Klamm (2020) menunjukkan bahwa aktivitas sosial perusahaan tidak selalu mencerminkan perilaku etis perusahaan dalam aspek perpajakan. Penelitian oleh Davis et al. (2018) juga mengindikasikan bahwa hubungan antara CSR dan agresivitas pajak masih bersifat tidak konsisten. Temuan-temuan tersebut memperkuat bahwa *corporate philanthropy* lebih berfungsi sebagai sarana memperoleh legitimasi sosial dibandingkan sebagai indikator kepatuhan pajak perusahaan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam kerangka Legitimacy Theory, *corporate philanthropy* tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak karena aktivitas tersebut lebih berorientasi pada pencitraan dan perolehan legitimasi sosial, sementara kebijakan perpajakan merupakan keputusan internal yang dipengaruhi oleh faktor lain yang lebih spesifik dan tidak selalu berkaitan dengan aktivitas sosial perusahaan.

Pengaruh *Green accounting* terhadap Agresivitas Pajak

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *green accounting* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap agresivitas pajak, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,006 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi penerapan *green accounting* dalam perusahaan, maka semakin rendah tingkat agresivitas pajak yang dilakukan. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini diterima.

Dalam perspektif Legitimacy Theory, perusahaan berupaya memperoleh dan mempertahankan legitimasi dari masyarakat dengan menunjukkan kepatuhan terhadap nilai, norma, dan ekspektasi sosial yang berlaku. Penerapan *green accounting* merupakan bentuk konkret dari tanggung jawab lingkungan yang

mencerminkan transparansi dan akuntabilitas perusahaan dalam mengelola dampak operasionalnya. Melalui pengungkapan informasi lingkungan yang lebih luas, perusahaan tidak hanya membangun citra positif, tetapi juga meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan.

Berbeda dengan *corporate philanthropy* yang cenderung bersifat simbolik, *green accounting* mencerminkan perubahan yang lebih substantif dalam sistem pelaporan dan pengelolaan perusahaan. Penerapan *green accounting* menuntut perusahaan untuk mengungkapkan informasi yang lebih detail terkait biaya lingkungan, pengelolaan limbah, serta dampak operasional terhadap lingkungan. Transparansi ini meningkatkan intensitas pengawasan dari berbagai pihak, termasuk regulator, investor, dan masyarakat, sehingga membatasi ruang bagi perusahaan untuk melakukan praktik agresivitas pajak.

Selain itu, perusahaan yang menerapkan *green accounting* umumnya memiliki orientasi jangka panjang dan berfokus pada keberlanjutan. Dalam konteks ini, perusahaan cenderung menghindari praktik-praktik yang berisiko merusak reputasi, termasuk agresivitas pajak yang dapat menimbulkan persepsi negatif dari publik dan otoritas pajak. Penerapan *green accounting* juga mencerminkan kualitas tata kelola perusahaan yang lebih baik, khususnya dalam aspek transparansi dan akuntabilitas, sehingga mendorong perusahaan untuk lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan yang berpotensi menimbulkan risiko hukum maupun reputasi.

Dari sisi karakteristik data, variabel *green accounting* dalam penelitian ini menunjukkan tingkat variasi yang cukup tinggi, yang mengindikasikan adanya perbedaan tingkat penerapan praktik lingkungan antar perusahaan. Variasi ini memungkinkan variabel *green accounting* memiliki kemampuan yang lebih kuat dalam menjelaskan perubahan agresivitas pajak dalam model regresi, sehingga menghasilkan pengaruh yang signifikan secara statistik.

Hasil penelitian ini sejalan dengan berbagai penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat tanggung jawab sosial dan lingkungan yang tinggi cenderung memiliki tingkat agresivitas pajak yang lebih rendah. Kim et al. (2011) menemukan bahwa perusahaan dengan kinerja CSR yang baik cenderung lebih patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Perusahaan yang memiliki komitmen tinggi terhadap tanggung jawab sosial cenderung menghindari praktik agresivitas pajak (Col & Patel, 2019). Tekanan sosial dan tuntutan etika dari masyarakat dapat mendorong perusahaan untuk lebih bertanggung jawab dalam praktik perpajakan (Laguir, et al., 2015). Temuan lain dari Huseynov & Klamm (2020) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR yang lebih luas berhubungan dengan tingkat penghindaran pajak yang lebih rendah. Perusahaan yang memiliki komitmen terhadap tanggung jawab sosial cenderung menghindari praktik perpajakan yang agresif karena mempertimbangkan aspek etika dan reputasi (Alverina & Hadiprajitno, 2022). Keseluruhan temuan tersebut memperkuat bahwa *green accounting* sebagai bagian dari tanggung jawab lingkungan perusahaan berperan dalam menekan agresivitas pajak.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam kerangka Legitimacy Theory, penerapan *green accounting* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak karena meningkatkan transparansi, akuntabilitas, serta tekanan dari pemangku kepentingan, sehingga mendorong perusahaan untuk lebih patuh terhadap kewajiban perpajakannya dan menghindari praktik agresivitas pajak.

Pengaruh *Institutional ownership* terhadap Agresivitas Pajak

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *institutional ownership* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap agresivitas pajak, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,017 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kepemilikan institusional dalam perusahaan, maka semakin rendah tingkat agresivitas pajak

yang dilakukan. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) dalam penelitian ini diterima.

Dalam perspektif Agency Theory, kepemilikan institusional berperan sebagai mekanisme pengawasan yang efektif dalam mengurangi konflik keagenan antara manajer dan pemilik. Investor institusional, seperti lembaga keuangan, dana pensiun, dan perusahaan investasi, umumnya memiliki sumber daya, keahlian, serta insentif yang lebih besar untuk melakukan monitoring terhadap kinerja manajemen. Keberadaan mereka dalam struktur kepemilikan perusahaan dapat menekan perilaku oportunistik manajer, termasuk dalam hal pengambilan keputusan yang berkaitan dengan agresivitas pajak.

Agresivitas pajak merupakan salah satu bentuk tindakan oportunistik yang dapat dilakukan oleh manajer untuk meningkatkan laba setelah pajak dalam jangka pendek. Namun, praktik ini juga mengandung risiko yang tinggi, baik dari sisi hukum maupun reputasi perusahaan. Investor institusional cenderung memiliki orientasi investasi jangka panjang dan lebih mempertimbangkan stabilitas serta keberlanjutan perusahaan. Oleh karena itu, mereka akan mendorong manajemen untuk menghindari praktik-praktik yang berisiko tinggi, termasuk agresivitas pajak, guna menjaga nilai perusahaan dalam jangka panjang.

Selain itu, kepemilikan institusional juga meningkatkan kualitas tata kelola perusahaan melalui peningkatan transparansi dan akuntabilitas. Perusahaan dengan tingkat kepemilikan institusional yang tinggi cenderung memiliki sistem pelaporan yang lebih baik serta pengawasan yang lebih ketat terhadap aktivitas manajemen. Hal ini menyebabkan ruang gerak manajer dalam melakukan praktik agresivitas pajak menjadi lebih terbatas, karena adanya tekanan dan kontrol dari investor institusional.

Dari sisi karakteristik data, variabel *institutional ownership* dalam penelitian ini menunjukkan tingkat variasi yang cukup tinggi, yang mengindikasikan adanya perbedaan tingkat kepemilikan institusional antar perusahaan.

Variasi ini memberikan kemampuan yang lebih besar bagi variabel *institutional ownership* dalam menjelaskan perubahan agresivitas pajak dalam model regresi, sehingga menghasilkan pengaruh yang signifikan secara statistik.

Hasil penelitian ini sejalan dengan berbagai penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa kepemilikan institusional berperan dalam menekan praktik agresivitas pajak perusahaan. Mekanisme tata kelola perusahaan yang kuat dapat membatasi perilaku oportunistik manajer dalam pengelolaan pajak (Desai & Dharmapala, 2006). Perusahaan dengan pengawasan yang lebih kuat cenderung memiliki tingkat penghindaran pajak yang lebih rendah (Wirayudha & Budiarta, 2022). Mekanisme pengawasan yang efektif, termasuk kepemilikan institusional, dapat mengurangi praktik agresivitas pajak perusahaan (Simangunsong & Handayani, 2023).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam kerangka Agency Theory, *institutional ownership* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak karena berfungsi sebagai mekanisme monitoring yang mampu mengurangi perilaku oportunistik manajer serta mendorong perusahaan untuk lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan pengelolaan pajak.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa tidak seluruh instrumen tanggung jawab sosial memiliki keterkaitan langsung dengan perilaku agresivitas pajak perusahaan. Aktivitas *corporate philanthropy* terbukti tidak menunjukkan pengaruh yang berarti, yang mengindikasikan bahwa praktik filantropi lebih merefleksikan aspek simbolik dibandingkan representasi kebijakan internal perusahaan, khususnya dalam pengambilan keputusan perpajakan.

Berbeda dengan itu, penerapan *green accounting* justru memperlihatkan hubungan yang signifikan dan bersifat negatif terhadap agresivitas pajak. Hal ini mengisyaratkan bahwa perusahaan dengan tingkat transparansi lingkungan yang lebih tinggi cenderung

menjaga konsistensi perilaku bisnisnya, termasuk dalam kepatuhan terhadap kewajiban perpajakan. Keterbukaan informasi yang lebih luas mendorong peningkatan pengawasan eksternal, sehingga ruang bagi praktik oportunistik menjadi semakin terbatas.

Selaras dengan temuan tersebut, *institutional ownership* juga berperan dalam mereduksi kecenderungan agresivitas pajak. Dominasi kepemilikan oleh investor institusional memperkuat fungsi monitoring terhadap manajemen, sehingga keputusan-keputusan strategis yang berisiko, termasuk dalam pengelolaan pajak, cenderung lebih terkontrol.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa dimensi substantif seperti transparansi lingkungan dan mekanisme pengawasan memiliki peran yang lebih nyata dibandingkan aktivitas sosial yang bersifat simbolik dalam memengaruhi perilaku perpajakan perusahaan. Namun demikian, kemampuan model dalam menjelaskan variasi agresivitas pajak masih terbatas, sehingga membuka peluang bagi penelitian selanjutnya untuk mengeksplorasi variabel lain yang lebih komprehensif.

Hasil penelitian ini memberikan implikasi teoretis dengan memperkuat pemahaman bahwa dimensi tanggung jawab sosial perusahaan tidak bersifat homogen dalam memengaruhi perilaku perpajakan. Pemisahan antara *corporate philanthropy* yang cenderung simbolik dan *green accounting* yang bersifat lebih substantif menunjukkan bahwa tidak seluruh aktivitas sosial memiliki daya jelaskan yang sama terhadap agresivitas pajak. Temuan ini sekaligus memperkaya integrasi antara legitimacy theory dan agency theory dalam menjelaskan perilaku perusahaan dari perspektif sosial, lingkungan, dan tata kelola.

Dari sisi praktis, perusahaan perlu lebih menekankan implementasi kebijakan yang berbasis transparansi dan akuntabilitas, khususnya dalam pengelolaan aspek lingkungan. Penerapan *green accounting* yang konsisten dapat menjadi mekanisme pengendalian internal yang tidak hanya

berdampak pada reputasi, tetapi juga pada perilaku kepatuhan perusahaan, termasuk dalam hal perpajakan. Selain itu, penguatan struktur kepemilikan institusional dapat menjadi alternatif mekanisme tata kelola yang efektif dalam membatasi kecenderungan oportunistik manajemen.

Bagi regulator, peningkatan kualitas pengungkapan lingkungan dan penguatan mekanisme pengawasan eksternal merupakan langkah strategis dalam menekan praktik agresivitas pajak. Regulasi yang mendorong transparansi tidak hanya berdampak pada aspek lingkungan, tetapi juga berimplikasi pada perilaku fiskal perusahaan secara lebih luas.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model dengan menambahkan variabel lain yang relevan, seperti karakteristik perusahaan atau faktor tata kelola lainnya, serta memperluas periode dan sektor penelitian agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif dan dapat digeneralisasi dengan lebih baik.

6. DAFTAR PUSTAKA

Alverina, G. C. A., & Hadiprajitno, P. T. B. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Financial Distress, Ukuran Perusahaan, Reputasi Auditor dan Opini Audit Terhadap Audit Report Lag Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Periode Sebelum Pandemi (2017- 2018) dan Period. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 11(2), 1–13.

Bird, R., & Davis-Nozemack, K. (2018). Tax avoidance as a sustainability problem. *Journal of Business Ethics*, 151(4), 1009–1025.

Buallay, A. (2021). Sustainability reporting and firm performance: The moderating role of ESG. *Journal of Applied Accounting Research*, 22(2), 191–210.

Col, B., & Patel, S. (2019). Going to haven? Corporate social responsibility and tax avoidance. *Journal of Business Ethics*, 154(4), 1033–1050.

Desai, M. A., & Dharmapala, D. (2006). Corporate tax avoidance and firm value. *Review of Economics and Statistics*, 88(3),

537–546.

Dewi, N. P. S., & Suaryana, I. G. N. A. (2021). Pengaruh environmental accounting disclosure terhadap agresivitas pajak perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(5), 1123–1137.

Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior. *Pacific Sociological Review*, 18(1), 122–136.

Dyreg, S. D., Hanlon, M. ., Maydew, E. L. ., & Thornock, J. R. (2017). Changes in corporate effective tax rates over the past 25 years. *Journal of Financial Economics*, 124(3), 441–463. <https://doi.org/doi.org/10.1016/j.jfineco.2017.04.001>

Fadli, I. (2016). Pengaruh likuiditas, leverage, komisaris independen, manajemen laba, dan kepemilikan institusional terhadap agresivitas pajak perusahaan. *JOM Fekon*, 3(1), 1205–1219.

Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman.

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26 (10th ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Global Witness. (2019). Taxing Times for Adaro: Indonesia’s shifting coal money. *Global Witness*.

Guenther, D. A., Matsunaga, S. R., & Williams, B. M. (2021). Is tax avoidance related to firm risk? *Contemporary Accounting Research*, 38(1), 1–29.

Hanlon, M., & Heitzman, S. (2010). A review of tax research. *Journal of Accounting and Economics*, 50(3), 127–178.

Huseynov, F., & Klamm, B. K. (2020). Tax avoidance, tax management and corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 16(3), 1–17.

Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 305–360.

Khan, M., Srinivasan, S., & Tan, L. (2021). Institutional ownership and corporate tax avoidance: New evidence. *The Accounting Review*, 96(2), 1–29.

Kim, J. B., Li, Y., & Zhang, L. (2011).

- Corporate tax avoidance and stock price crash risk: Firm-level analysis. *Journal of Financial Economics*, 100(3), 639–662.
- Kiranmai, J. (2018). Green accounting practices and sustainability. *International Journal of Engineering and Technology*, 7(3), 789–793.
- Kovermann, J., & Velte, P. (2019). The impact of corporate governance on corporate tax avoidance—A literature review. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 36(100270).
- Laguir, I., Stagliano, R., & Elbaz, J. (2015). Does corporate social responsibility affect corporate tax aggressiveness? *Journal of Cleaner Production*, 107, 662–675.
- Lestari, D. A., & Putri, I. G. A. M. A. D. (2021). Pengaruh green accounting terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(8), 1987–1999.
- Makhfudloh, F., Herawati, N., & Wulandari, A. (2018). Pengaruh corporate social responsibility terhadap perencanaan agresivitas pajak. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 18(2), 123–134.
- Orazalin, N., & Mahmood, M. (2021). Toward sustainable development: Board characteristics, country governance quality, and environmental performance. *Business Strategy and the Environment*, 30(8), 3869–3886.
- Pratama, R. A., & Wahyudi, D. (2020). Implementasi green accounting dan kaitannya dengan tax avoidance pada perusahaan sektor industri. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 15(1), 88–101.
- Pratiwi, N. P. D., & Ardiyanto, M. D. (2018). Pengaruh struktur kepemilikan dan komisaris independen terhadap agresivitas pajak. *Diponegoro Journal of Accounting*, 7(4), 1–13.
- Putri, C. A., & Lautania, M. F. (2016). Pengaruh capital intensity ratio, inventory intensity ratio, ownership structure, dan profitability terhadap effective tax rate (ETR). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 1(1), 101–119.
- Richardson, G., Taylor, G., & Lanis, R. (2016). Women on the board of directors and corporate tax aggressiveness in Australia. *Accounting Research Journal*, 29(3), 313–331.
- Riyadh, H. A., Sukoharsono, E. G., Alfaiza, S. A., & Andriana, A. (2020). The impact of corporate social responsibility disclosure and board characteristics on corporate performance. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 10(5), 219–226.
- Sari, N. P., & Rahmawati, D. (2022). Green accounting, environmental disclosure, dan pengaruhnya terhadap agresivitas pajak perusahaan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 13(2), 245–258.
- Simangunsong, A., & Handayani, N. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, dan Reputasi Akuntan Publik Terhadap Audit Report Lag Pada Perusahaan Property and Real Estate. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 12(8), 1–15.
- Su, W., & He, J. (2019). Corporate philanthropy and firm value: Evidence from China. *Journal of Business Ethics*, 158(4), 1171–1189.
- Suandy, E. (2016). *Perencanaan pajak*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571–610.
<https://doi.org/https://doi.org/10.5465/amr.1995.9508080331>
- Taylor, G., & Richardson, G. (2021). International corporate tax avoidance practices: Evidence from transfer pricing. *Journal of International Accounting Research*, 20(1), 1–20.
- Wang, H., & Qian, C. (2016). Corporate philanthropy and corporate financial performance: The roles of stakeholder response and political access. *Academy of Management Journal*, 54(6), 1159–1181.
- Wirayudha, I. P. B. S., & Budiarta, I. K. (2022). Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Reputasi Kantor Akuntan Publik dan Audit Report Lag. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(9), 2837–2849.
- Wiredu, J., Amoako, G. K., & Asare, N. (2023). Green accounting practices and environmental performance of firms: Evidence from developing economies.

- Journal of Environmental Accounting and Management*, 11(2), 145–160.
- Zaitegi, N., Echeverria, C., & Garmendia, A. (2022). Corporate environmental performance and reputation: The role of sustainability practices in shaping stakeholder perceptions. *Journal of Cleaner Production*, 3(1).
- Zeng, T. (2016). Corporate social responsibility, tax aggressiveness, and firm market value. *Accounting Perspectives*, 15(1), 7–30.