



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 4 (2025) pp: 4623-4629

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Efek Halo: Agresivitas Pajak, Ulasan Pihak Ketiga Laporan CSR, dan Tekanan Stakeholder Pelanggan (Studi Kasus pada Sektor Energy di BEI)

Ni Ketut Utami Dewi, Dewa Ayu Mas Putriari Nusantari, Sintia Oktavina

Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Bali

utamid731@pnb.ac.id, putriari.nusantari@pnb.ac.id, oktasinta@pnb.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ulasan pihak ketiga laporan CSR pada Agresivitas Pajak dan pengaruh tekanan stakeholder pelanggan dalam kemampuannya memperkuat pengaruh ulasan pihak ketiga laporan CSR pada Agresivitas Pajak. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor energy yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik purposive sampling dan diperoleh sampel sebanyak 147 amatan. Data diperoleh dari laporan keberlanjutan, laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan dan di analisis menggunakan software SmartPLS3. Teknik analisi data dalam penelitian ini menggunakan moderated regression analysis yang diestimasi dengan SEM-PLS. Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Ulasan pihak ketiga terkait laporan CSR yang disampaikan oleh perusahaan dalam laporan keberlanjutan tidak mencerminkan kinerja CSR yang sesungguhnya. Informasi CSR yang diungkapkan perusahaan belum tentu mencerminkan kondisi yang sebenarnya, karena pengungkapan tersebut lebih terkait dengan kewajiban perusahaan dan bukan sebagai bentuk strategi penghindaran pajak. Menurut teori legitimasi organisasi, perusahaan tidak hanya memperhatikan hak investor, tetapi juga hak masyarakat. Kedua, membuktikan bahwa stakeholder pelanggan (penjualan) berpengaruh negatif dan signifikan atau dapat memperkuat pengaruh ulasan pihak ketiga laporan CSR pada agresivitas pajak ke arah negatif sehingga terbebas dari efek halo. Stakeholder pelanggan mampu menganalisis kerelevansian antara aktivitas dengan informasi yang diungkapkan dalam laporan CSR sehingga dapat menurunkan Tingkat agresivitas pajak perusahaan.

Kata kunci: Agresivitas Pajak, Corporate Social Responsibility, Stakeholder Pelanggan, Efek Halo.

1. Latar Belakang

Pajak adalah aspek krusial yang perlu dipertimbangkan dalam proses pengambilan Keputusan (Lanis, R., & Richardson, 2013). Beban pajak menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi berbagai keputusan dalam suatu perusahaan. Sesuai dengan teori keagenan, manajer atau agen berupaya memaksimalkan laba guna mencerminkan kinerja perusahaan yang baik. Oleh karena itu, manajemen cenderung melakukan efisiensi dengan mengurangi beban pajak melalui strategi perencanaan pajak. Praktik perencanaan pajak ini dapat berkisar dari tingkat yang rendah (kurang agresif) hingga tingkat yang lebih tinggi (lebih agresif), yang pada akhirnya berpotensi memicu tindakan penghindaran pajak (Anis, 2017). Tahun 2022 yang mencapai 10,39%. Penerimaan pajak sebesar Rp2.155,4 triliun dan Produk Domestik Bruto (PDB) nominal senilai Rp20.892 triliun pada tahun 2023, tax ratio yang diperoleh adalah 10,31% (Wildan, 2024). Sehingga, *tax ratio* 2023 tercatat mengalami penurunan dibandingkan Tahun 2022. Kondisi ini dapat mencerminkan tingginya tingkat informalitas serta praktik penghindaran pajak (Heryana & Lathif, 2019). Praktik penghindaran pajak yang dilakukan secara agresif dapat mengurangi potensi penerimaan negara dari sektor perpajakan (Kurniawati, 2017).

Pembayaran pajak tahunan berperan sebagai landasan keterlibatan sosial perusahaan, karena mencerminkan kesediaan perusahaan dalam berkontribusi kepada negara dengan menyisihkan sebagian laba perusahaan (Mohanadas, 2020). Oleh karena itu, praktik agresif dalam pengurangan pajak menunjukkan enggannya perusahaan untuk membayar pajak secara proporsional, yang pada akhirnya berdampak pada pengabaian tanggung jawab sosial (Avi-Yonah, 2008). Dengan demikian, agresivitas pajak perusahaan dapat dianalisis secara lebih

Pengaruh Efek Halo: Agresivitas Pajak, Ulasan Pihak Ketiga Laporan CSR, dan Tekanan Stakeholder Pelanggan
(Studi Kasus pada Sektor Energy di BEI)

efektif melalui perspektif tanggung jawab sosial perusahaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam hal ini terkait lebih jauh dengan ulasan pihak ketiga laporan CSR.

Era society 5.0 mengharuskan perusahaan untuk melakukan regenerasi lingkungan bisnis dan melakukan re-orientasi konsep kinerja keuangan menuju konsep sustainability. Isu corporate sustainability, terutama dalam beberapa tahun terakhir, mendapatkan peningkatan minat di kalangan akademisi, praktisi, dan regulator karena pembangunan berkelanjutan sangat penting bagi organisasi bisnis (Birindelli et al., 2019). Konsep ini lahir ketika para pemangku kepentingan memberikan perhatian yang luas terhadap lingkungan operasi perusahaan. Konsep ini juga menimbulkan fenomena bahwa perusahaan yang tidak memenuhi konsep sustainability akan menghasilkan kinerja keuangan yang buruk (Mawardi, 2022). Maka, untuk mengatasi hal tersebut perusahaan melakukan pengungkapan (CSR).

CSR merupakan salah satu strategi yang mendukung pencapaian keberlanjutan perusahaan. CSR mencerminkan komitmen perusahaan dalam melaksanakan berbagai inisiatif sosial dan lingkungan sebagai bagian dari tanggung jawabnya terhadap masyarakat dan ekosistem sekitarnya (Akisik & Gal, 2014). Isu CSR semakin mendapat perhatian dalam dunia bisnis seiring dengan terungkapnya berbagai tindakan perusahaan yang tidak hanya merugikan, tetapi juga berpotensi membahayakan kehidupan masyarakat secara luas. Selain itu, meningkatnya kerusakan lingkungan akibat aktivitas perusahaan yang tidak terkendali dalam mengeksploitasi sumber daya demi meningkatkan laba turut memperkuat urgensi penerapan CSR (Ketut & Dewi, 2023). Terutama perusahaan yang rentan akan bahaya lingkungan salah satunya perusahaan dalam sektor energy yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Terdapat banyak penelitian tentang hubungan CSR dengan agresivitas Pajak. Namun, hasil yang inkonsisten atas pengungkapan CSR pada agresivitas pajak masih relatif banyak ditemukan. Penelitian yang dilakukan oleh Lestari & Kartikaningdyah, (2019); Hidayat et al., (2016) membuktikan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ortas, (2020); (Saputra Rianda, 2024); (Sari & Prihandini, 2019) memberikan bukti bahwa pengungkapan CSR berpengaruh negative terhadap agresivitas pajak. Mengingat hasil penelitian yang inkonsisten mengenai pengaruh pengungkapan CSR terhadap agresivitas pajak, diperkirakan terdapat variabel lain yang memoderasi pengaruh tersebut. Variabel moderasi yang dipertimbangkan dalam penelitian ini yaitu tekanan stakeholder pelanggan. Pelanggan cenderung lebih mendukung produk dan operasi perusahaan yang secara transparan mengungkapkan praktik CSR dibandingkan dengan perusahaan yang tidak melakukannya (Akisik & Gal, 2017). Dukungan tersebut diwujudkan melalui meningkatnya minat pelanggan untuk membeli produk perusahaan yang mengungkapkan praktik CSR (Green & Pelozo, 2011).

Dari perspektif komunikasi perusahaan, laporan CSR yang kredibel berperan penting dalam membangun komitmen sosial, menciptakan citra positif, serta menghasilkan efek halo terhadap perusahaan (Chaudhri, 2016). GRI (*Global reporting initiative*) menyarankan *review* atas laporan CSR, *review* tersebut bertujuan untuk menambah kredibilitas dari laporan CSR perusahaan (Akisik & Gal, 2014). Pengungkapan CSR juga akan menimbulkan suatu efek, yaitu efek halo (Walker et al., 2016). Efek halo merupakan dampak yang muncul ketika laporan CSR hanya bersifat simbolis tanpa substansi yang jelas. Efek ini dirasakan oleh pengguna laporan, seperti stakeholder dan pelanggan, yang cenderung menilai laporan CSR secara prematur tanpa adanya bukti relevansi antara informasi yang disampaikan dengan aktivitas perusahaan. Oleh karena itu, laporan CSR idealnya harus mencerminkan komitmen nyata perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan. Salah satu cara untuk mengatasi efek halo adalah dengan meningkatkan kredibilitas laporan CSR. Laporan yang kredibel akan menyajikan informasi yang relevan dan substantif, mencerminkan keselarasan antara aktivitas perusahaan dan tanggung jawab sosial serta lingkungan. Salah satu strategi efektif untuk meningkatkan kredibilitas laporan CSR adalah dengan melibatkan ulasan dari pihak ketiga yang independen (Mawardi, 2019). Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Efek Halo Pada Agresivitas Pajak, Pengungkapan CSR melalui Ulasan Pihak Ketiga Laporan CSR, dan Tekanan Stakeholder Pelanggan”**

2. Metode Penelitian

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor energy yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu sebanyak 90 perusahaan. Penelitian ini menggunakan teknik nonprobability sampling dengan teknik purposive sampling. Jumlah perusahaan yang memenuhi semua kriteria semua sampel yaitu sebanyak 39 perusahaan dengan jumlah total amatan sampel sebanyak 147 amatan.

Variabel penelitian

Variabel independent dalam penelitian ini adalah Agresivitas Pajak. Agresivitas pajak diukur menggunakan ETR yaitu beban pajak penghasilan dibagi dengan laba sebelum pajak (Harjito, Sari, & Yulianto, 2017).

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

Variabel independent dalam penelitian ini yaitu Ulasan Pihak Ketiga Laporan CSR (X) yang diukur menggunakan variabel dummy. Jika terdapat ulasan pihak ketiga laporan CSR (pihak independen) maka diberi poin 1 jika tidak terdapat ulasan diberi poin 0. Terakhir terdapat variabel moderasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Tekanan Stakeholder Pelanggan (Z) yang diukur menggunakan Ln Total Penjualan.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode observasi non partisipan. Penelitian ini menggunakan sumber data sekunder. Data sekunder dalam penelitian ini adalah berbagai literatur dan hasil-hasil penelitian terdahulu, *annual report* (laporan tahunan) dan *sustainability report* (laporan keberlanjutan). Seluruh laporan diperoleh dari website BEI dan website masing-masing perusahaan yang menjadi obyek penelitian.

Pengujian hipotesis penelitian dilakukan dengan pendekatan *Structural Equation Modelling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS). Model evaluasi PLS digunakan karena data penelitian menggunakan pengukuran indikator dan data yang diuji berupa data *time series*. Model evaluasi yang dimaksud adalah *outer model* dan *inner model*. Analisa *outer model* digunakan untuk memastikan bahwa measurement yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (valid dan reliabel). Menurut Ghazali & Latan, (2012) *Inner model* sering juga disebut *innerrelation model* yang menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan *substantive theory*.

3. Hasil dan Diskusi

Penelitian ini menggunakan satu variabel dependen yaitu Agresivitas Pajak (ETR), satu variabel independen yaitu Ulasan pihak ketiga laporan CSR, dan satu variabel moderasi yaitu Tekanan *Stakeholder* Pelanggan (PLG). Berdasarkan data yang telah dikumpulkan peneliti, dilakukan analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan kumpulan data dengan menghasilkan ringkasan tentang sampel data berdasarkan metode pengukuran numerik. Berikut disajikan statistik deskriptif masing-masing variabel dalam penelitian ini yang kemudian akan dijabarkan secara mendetail pada setiap variabel penelitian.

Tabel 1. Statistik Deskriptif Variabel

Variabel	Jumlah Observasi	Nilai Rata	Rata- Nilai Terendah	Nilai Tertinggi	Standard Deviation
ETR	147	0,298	-1,921	10,415	1,159
CSR	147	0,592	0	1,000	0,491
PLG	147	27,819	20,744	31,934	2,475

Sumber: Data diolah, 2025

Evaluasi model pengukuran (*outer model*)

Tabel 2. Outer Loading

Variabel	ETR	CSR	PLG
ETR	1,000		
CSR		1,000	
PLG			1,000

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel 2 hasil pengujian pada *outer loading* di atas, semua indikator pengukuran masing-masing variabel agresivitas pajak, ulasan pihak ketiga laporan CSR, dan tekanan *stakeholder* pelanggan memiliki nilai loading > 0,70 dan dapat disimpulkan bahwa konstruk memenuhi *convergent validity* dan indikator dapat dikatakan valid.

Tabel 3 Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
ETR	1,000
CSR	1,000
PLG	1,000

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat untuk analisis validitas yang dapat dilihat dari nilai *loading factor* masing-masing konstruk. bahwa nilai *loading factor* dan AVE sebesar $1,0 > 0,70$ dan $0,50$ mengindikasikan bahwa variabel penelitian agresivitas pajak, ulasan pihak ketiga laporan CSR, tekanan *stakeholder* pelanggan valid.

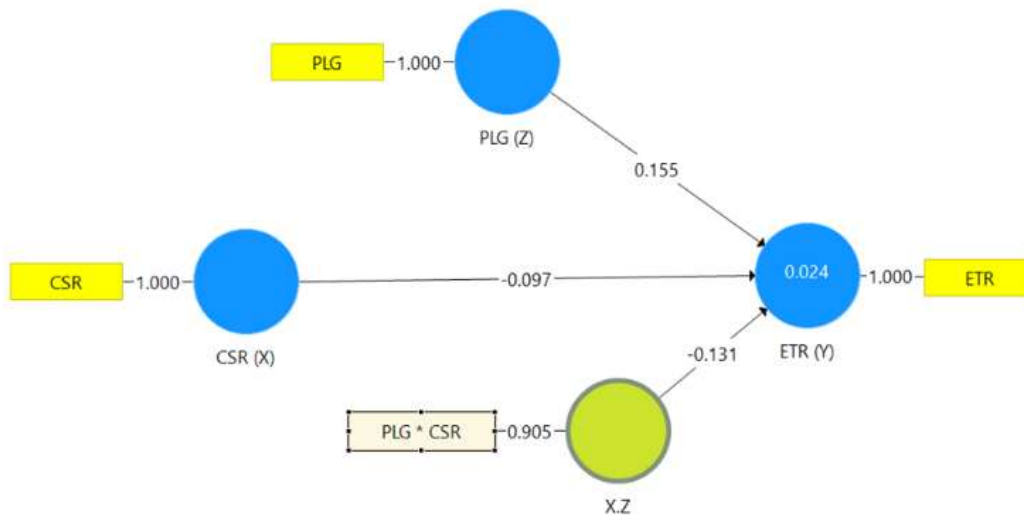
Tabel 4 Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

Variabel	Composite Reliability	Cronbach's Alpha
ETR	1,000	1,000
CSR	1,000	1,000
PLG	1,000	1,000

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4, dapat diketahui hasil pengujian reliabilitas dilihat dari nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Hasil pengujian statistik menunjukkan nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* sebesar $1,0 > 0,70$, hal ini menunjukkan bahwa konstruk variabel ETR, ulasan pihak ketiga laporan CSR, tekanan *stakeholder* pelanggan reliabel.

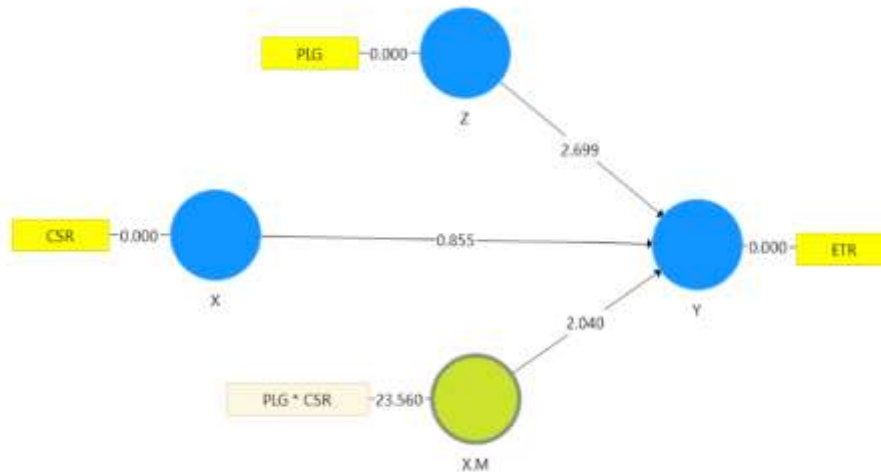
Evaluasi model struktural (inner model)



Gambar 1. Koefisien R-Square

Berdasarkan gambar 1 di atas, diperoleh nilai R-Square sebesar 0,024 menunjukkan bahwa variabilitas konstruk agresivitas pajak yang dijelaskan oleh ulasan pihak ketiga laporan CSR dengan moderasi tekanan stakeholder pelanggan sebesar 2,4% untuk variabel laten dalam model struktural mengidentifikasi bahwa model termasuk lemah. Sedangkan 97,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam model penelitian ini.

Pengujian hipotesis pengaruh langsung (*direct effect*)



Gambar 2. Output Analisis Model SEM

Tabel 5 Hasil pengujian hipotesis pengaruh langsung (*Dirrect Effect*)

	Hipotesis	Path Coefficient	P Values	Kesimpulan
H ₁	Pengaruh CSR → ETR	-0,097	0,393	Ditolak
H ₂	Moderasi PLG*CSR → ETR	-0,131	0,042	Diterima

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan gambar 2 dan tabel 5 di atas dapat menunjukkan bahwa ulasan pihak ketiga laporan CSR memiliki nilai *p value* 0,393 yang artinya tidak signifikan (lebih kecil $\alpha = 0,05$), dengan nilai *path coefficient* sebesar -0,097 yang menunjukkan arah negatif terhadap agresivitas pajak. Hasil pengujian tersebut menyatakan bahwa ulasan pihak ketiga laporan CSR tidak berpengaruh signifikan. Kesimpulan dari hasil tersebut yaitu H₁ yang menyatakan Ulasan Pihak Ketiga Laporan CSR berpengaruh negatif terhadap Agresivitas Pajak ditolak. Hasil kedua menunjukkan bahwa ulasan pihak ketiga laporan CSR yang dimoderasi oleh tekanan stakeholder pelanggan memiliki nilai *p value* 0,042 yang artinya signifikan (lebih kecil $\alpha = 0,05$), dengan nilai *path coefficient* sebesar -0,131 yang menunjukkan arah negatif terhadap agresivitas pajak. Hasil pengujian tersebut menyatakan bahwa tekanan *stakeholder* pelanggan berpengaruh negatif dan signifikan (dapat memperkuat pengaruh ulasan pihak ketiga laporan CSR pada agresivitas pajak ke arah negatif). Kesimpulan dari hasil tersebut yaitu H₂ yang menyatakan pelanggan memperkuat pengaruh negatif pengungkapan CSR pada agresivitas pajak diterima yang artinya semakin tinggi penjualan perusahaan mampu memotivasi perusahaan untuk melakukan ulasan pihak ketiga laporan CSR sehingga berdampak terhadap semakin rendahnya agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan.

Pembahasan

Ulasan Pihak Ketiga Laporan CSR berpengaruh negatif terhadap Agresivitas Pajak

Hasil analisis menggunakan Smart PLS menunjukkan bahwa pengaruh ulasan pihak ketiga terhadap laporan CSR terhadap agresivitas pajak, dengan nilai variabel X terhadap Y sebesar 0,393, tidak signifikan karena nilai tersebut lebih besar dari 0,05, yang mengindikasikan penolakan terhadap H₁. Hal ini berarti bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Dugaan ini muncul karena ulasan pihak ketiga terkait laporan CSR yang disampaikan oleh perusahaan dalam laporan keberlanjutan mungkin tidak mencerminkan kinerja CSR yang sesungguhnya. Informasi CSR yang diungkapkan perusahaan belum tentu mencerminkan kondisi yang sebenarnya, karena pengungkapan tersebut lebih terkait dengan kewajiban perusahaan dan bukan sebagai bentuk strategi penghindaran pajak. Menurut teori legitimasi organisasi, perusahaan tidak hanya memperhatikan hak investor, tetapi juga hak masyarakat, sehingga perusahaan berusaha meyakinkan publik bahwa kegiatan yang dilakukan sudah sesuai dengan norma dan dapat diterima oleh masyarakat (Brown & Deegan, 1998). Selanjutnya, karakteristik pengungkapan CSR lebih sering dilihat sebagai kewajiban yang harus dipenuhi perusahaan, tanpa adanya kaitan langsung dengan penghindaran pajak terkait kewajiban tersebut. Pengungkapan CSR lebih berkaitan dengan aspek

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.4077>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

etika dan legalitas operasional perusahaan, daripada digunakan sebagai strategi untuk kebijakan pajak yang agresif (Lanis, 2013). Informasi mengenai kegiatan CSR yang disajikan dalam laporan tahunan belum tentu mencerminkan keadaan yang sesungguhnya. Oleh karena itu, tingkat pengungkapan CSR dalam laporan tersebut tidak dapat dijadikan tolok ukur atau jaminan bahwa perusahaan memiliki kecenderungan rendah dalam melakukan tindakan pajak yang agresif (Makhfudloh et al., 2018). Temuan ini menunjukkan kesesuaian dengan penelitian oleh Jessica, (2014), (Nusantari, 2015), Makhfudloh, Herawati, & Wulandari, (2018), dan Mohanadas, (2020).

Penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Heryana & Lathif, (2019), Sari & Prihandini, (2019), Ortas, (2020), dan Saputra Rianda, (2024) menemukan bahwa perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial melakukan lebih sedikit kegiatan perencanaan pajak agresif dibandingkan dengan perusahaan yang tidak bertanggung jawab secara sosial.

Pelanggan memperkuat pengaruh negatif pengungkapan CSR pada Agresivitas Pajak Perusahaan

Berdasarkan pengujian hipotesis kedua diperoleh hasil bahwa tekanan *stakeholder* pelanggan (penjualan) berpengaruh negatif dan signifikan atau dapat memperkuat pengaruh ulasan pihak ketiga laporan CSR pada agresivitas pajak ke arah negatif, sehingga H1 yang menyatakan pelanggan dalam hal ini penjualan memperkuat pengaruh negatif pengungkapan CSR pada agresivitas pajak perusahaan diterima. Hasil ini menyatakan semakin tinggi penjualan perusahaan mampu memotivasi perusahaan untuk melakukan ulasan pihak ketiga laporan CSR sehingga semakin berkurang agresivitas perusahaan terhadap pajak. Tujuan dari perusahaan menggunakan ulasan pihak ketiga yaitu untuk meningkatkan kredibilitas laporan CSR yang akan berdampak pada kepercayaan dan loyalitas dari *stakeholder* pelanggan. Kepercayaan dan loyalitas tersebut akan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba bersih atas pemanfaatan asetnya. Hasil ini mendukung teori legitimasi yang menyatakan bahwa organisasi berusaha untuk membangun kesesuaian antara nilai-nilai sosial yang berkaitan dengan aktivitas organisasi dengan norma-norma perilaku yang dapat diterima dalam sistem sosial yang lebih besar di mana organisasi tersebut menjadi bagiannya (Ketut & Dewi, 2023). Penelitian Madden et al., (2012) menyatakan bahwa pelanggan akan mendukung perusahaan yang peduli atas aktivitas sosial (CSR). Wujud dukungan tersebut berupa niat pembelian, loyalitas, promosi sampai pembelian atas harga tertinggi sehingga memicu peningkatan penjualan (Akisik & Gal, 2017). Pelanggan merasa bahwa perusahaan harus mempunyai kesadaran untuk memberikan kontribusi terhadap sosial dan lingkungan akibat kegiatan operasi Perusahaan (Mawardi, 2019).

Tekanan *stakeholder* pelanggan dalam penelitian ini berpengaruh negatif dan signifikan atau dapat memperkuat pengaruh ulasan pihak ketiga laporan CSR dalam menurunkan agresivitas pajak perusahaan sehingga terbebas dari efek halo. *Stakeholder* pelanggan mampu menganalisis korelevansi antara aktivitas dengan informasi yang diungkapkan dalam laporan CSR. *Stakeholder* pelanggan menganggap bahwa aktivitas dan pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan menggunakan pendekatan substantif bukan simbolis. Perusahaan yang telah melakukan pengungkapan CSR terlebih menggunakan ulasan pihak ketiga laporan CSR berarti perusahaan memiliki komitmen yang tinggi terhadap sosial dan lingkungan. Terlebih sifat ulasan pihak ketiga atas laporan CSR juga bukan hal wajib yang ditetapkan oleh GRI melainkan sebuah saran dari pihak GRI untuk melakukan ulasan pihak ketiga sehingga komitmen perusahaan terhadap sosial dan lingkungan dapat dilihat lebih serius oleh *stakeholder* pelanggan.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: 1). Ulasan Pihak Ketiga Laporan CSR tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak. Ulasan pihak ketiga terkait laporan CSR yang disampaikan oleh perusahaan dalam laporan keberlanjutan tidak mencerminkan kinerja CSR yang sesungguhnya. Informasi CSR yang diungkapkan perusahaan belum tentu mencerminkan kondisi yang sebenarnya, karena pengungkapan tersebut lebih terkait dengan kewajiban perusahaan dan bukan sebagai bentuk strategi penghindaran pajak. Menurut teori legitimasi organisasi, perusahaan tidak hanya memperhatikan hak investor, tetapi juga hak masyarakat. 2). Pelanggan dapat memperkuat pengaruh negatif pengungkapan CSR pada agresivitas pajak perusahaan. Tekanan *stakeholder* pelanggan dalam penelitian ini berpengaruh negatif dan signifikan atau dapat memperkuat pengaruh ulasan pihak ketiga laporan CSR dalam menurunkan agresivitas pajak perusahaan sehingga terbebas dari efek halo. *Stakeholder* pelanggan mampu menganalisis korelevansi antara aktivitas dengan informasi yang diungkapkan dalam laporan CSR sehingga dapat menurunkan Tingkat agresivitas pajak perusahaan.

Referensi

1. Aktual.com. (2016). Pemkot Jambi Dapat Predikat 'Paling Bawah' dari BPK. Melalui <<https://aktual.com/pemkot-jambi-dapat-predikat-paling-bawah-dari-bpk>>.
2. Astria, I., Halimatusadiah, E., & Nurhayati, N. (2017). Pengaruh Kompetensi Pengguna, dan Pengendalian Internal terhadap Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (Survey pada Bank Syariah di Kota Bandung). *Prosiding Akuntansi*, 3(2), 339–344.
3. Bppkpd.id. (2019). Sistem Informasi Pengelolaan Keuangan Dh (SIPKD). Melalui <bppkpd.id/aplikasi-sipkd>.
4. DeLone, W., & Mclean, E. R. (2003). The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update. *Journal of Management Information Systems* / Spring, 19(4), 9–30.
5. Djafar, J. S. (2019). The Effect of Competence of human resources and the role of internal audit on Local Government Financial Reporting moderated by the Utilization of Regional Financial Accounting Information System . *Journal of Research in Business and Management*, 7(1), 47–51.
6. Gasperz, J. J. (2019). Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia, Sistem Pengendalian Intern, dan Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Kualitas Laporan Keuangan (Studi pada Badan Pusat Statistik Wilayah Maluku). *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Perbankan)*, 5(2), 75.
7. Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
8. Hadi, D. (2017). Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia, Pemanfaatan Teknologi Informasi, Komitmen Organisasi dan Penerapan Sistem Pengendalian Intern Pemerintah Terhadap Kualitas Penyusunan Laporan Keuangan. *Jurnal Telaah dan Riset Auntansi*. 10(2), 81–94.
9. Jambi.tribunnews.com. (2014). Aset Ratusan Miliar tak Jelas. Melalui <[Jambi.Tribunnews.Com. https://jambi.tribunnews.com/2014/05/28/aset-ratusan-miliar-tak-jelas](https://jambi.tribunnews.com/2014/05/28/aset-ratusan-miliar-tak-jelas)>.
10. JambiIndependent.co.id. (2020). Kota Jambi 4 Kali Pertahankan Opini WTP. Melalui <[JambiIndependent.Com. Jambi-independent.co.id/read/2020/07/01/52370/kota-jambi-4-kali-pertahankan-opini-wtp](http://JambiIndependent.Com)>.
11. Kurniawan, Mulyani, S., Azis, H. A., & Winarningsih, S. (2020). Effect of Successful Implementation of SIPKD and Human Resource Competence in Supply Chain Management and Budget Decision Making (Survey of Local Governments in West Java and Banten Provinces). *International Journal of Supply Chain Management*, 9(1), 989–995.
12. Mardinan, T., Dahlan, M., & Fitriyah, F. K. (2018). Effect of Human Resources, Leadership Style, The Use of Information Technology and Internal Control on the Quality of Financial Statements. *Journal of Accounting Auditing and Business*, 1(1), 43–57.
13. Marina, P. S., Rura, Y., & a, T. (2018). The Effect of Competence of Human Resources and the Use of Information Technology on the Quality of Financial Report With Internal Control System and Organizational Commitment As Moderation Variable. *International Journal of Advanced Research*, 6(12), 517–525.
14. Ming Hsien, Y., Wen Shiu, L., & Tian Lih, K. (2013). The Impact of Computerized Internal Controls Adaptation on Operating Performance. *African Journal of Business Management*, 5(20), 8204–8214.
15. Mulyana. (2010). *Sumber Daya Manusia*. (Edisi Kedua). Jakarta: Salemba Empat.
16. Nirwana, N., & Haliah, H. (2018). Determinant factor of the quality of financial statements and performance of the government by adding contextual factors. *Asian Journal of Accounting Research*, 3(1), 28–40.
17. Oz Effy. (2009). *Management Information Systems (6th Edn)*. Toronto: Thomson Publisher.
18. Peraturan Pemerintah No. 60 Tahun 2008. Tentang Sistem Pengendalian Internal Pemerintah.
19. Peraturan Pemerintah No.71 Tahun 2010. Tentang Standar Akuntansi Pemerintahan.
20. Purnomo. (2017). The Effect of Human Resources Competency and the Implementation of the Regional Financial Accounting System Toward the Regional Financial Statement Quality. *International Journal Of Business and Management Studies*, 07(02), 81–91.
21. Rachmawati. (2018). Model Struktural Hubungan Budaya Organisasi Kompetensi Pengguna, Pengendalian Internal dan Kualitas Informasi Akuntansi Pemerintah Daerah. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, VIII(1), 136–150.
22. Sari, D. C., Rosidi, & Roekhudin. (2016). Determinan Penggunaan Sistem Informasi Pengelolaan Keuangan Daerah dan Pengaruhnya terhadap Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan SKPD. *Journal of Research and Applications: Accounting and Management*, 2(1), 17.
23. Sundari, H., & Rahayu, S. (2019). Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia, Pemanfaatan Teknologi Informasi, Dan Sistem Pengendalian Intern Terhadap Kualitas Laporan Keuangan (Studi Kasus Pada Satuan Kerja Perangkat Daerah Kota Bandung Tahun 2018). *Jurnal E-Proceeding Of Management*, 6(1), 660–667.
24. Syahdi, M. Z., & Bijaang, D. (2018). Implementasi Sistem Informasi Pengelolaan Keuangan Daerah dan Kompetensi Pegawai Terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Daerah. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, Volume 1 N(e-ISSN : 2622-6383).
25. Winarni, E., Kurniasih, E. T., & Soleh, A. (2020). Dampak Penerapan Good Governance, Kompetensi SDM, Penerapan SAP, Penerapan SPIP dan Pemanfaatan SIPKD Terhadap Akuntabilitas Publik Dan Kualitas Laporan Keuangan (Pemerintah Kota Jambi). *J-MAS Jurnal Manajemen Dan Sains*, 5(2), 289.