

PENGARUH TANGGUNG JAWAB SOSIAL, DIMENSI-DIMENSINYA, DAN *LEVERAGE* TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK

Annastasya Wahyuningtyas Pratiwi, Endang Kiswara¹

Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedarto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone; +622476486851

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of social responsibility, dimensions, and leverage on corporate tax aggressiveness. This research uses social responsibility and its dimensions such as social, governance, economy, and environment, and one of the characteristics of the company is leverage as an independent variable. While the dependent variable of this study is tax aggressiveness. In addition, there are several control variables used in this study such as size, ROA, and capital intensity.

The sample of this study are companies listed on the Indonesia Stock Exchange and included in the LQ 45 category in 2014-2017. The sample was chosen using the random sampling method, so the number of samples obtained was 43 companies. The data analysis method used in this study is multiple regression analysis. The results showed that in the first regression model, social responsibility had a significant influence on tax aggressiveness, while leverage had no significant effect on tax aggressiveness. The second regression model shows that social and economic dimensions of social responsibility, as well as leverage have a significant effect on tax aggressiveness.

The results of the study show that in the first regression model, social responsibility and leverage have a significant effect on tax aggressiveness. Whereas, in the second regression model shows that the social and economic dimensions of social responsibility, and leverage have a significant effect on tax aggressiveness.

Keywords : Corporate Social Responsibility, Dimensions of Corporate Social Responsibility, Leverage, Tax Aggressiveness

PENDAHULUAN

Pajak menjadi salah satu sumber penerimaan dalam negeri yang berpotensi untuk membiayai pengeluaran negara baik rutin maupun pembangunan. Ketentuan mengenai perpajakan diatur dalam UUD 1945 pasal 23A yang menyatakan bahwa segala sesuatu yang berkaitan dengan perpajakan maka haruslah diatur undang-undang (Setiawan, 2008). Selain itu, pajak digunakan pemerintah sebagai pembiayaan untuk menanggulangi beberapa masalah kemasyarakatan seperti kemiskinan, kesehatan, pendidikan, lingkungan, transportasi, dan prasarana umum lainnya.

Perusahaan merupakan salah satu wajib pajak dengan kewajiban membayar pajak kepada pemerintah, akan tetapi wajib pajak badan (perseroan) menganggap bahwa kewajiban pajak mereka merupakan biaya secara finansial karena adanya sumber daya yang berpindah dari sektor bisnis ke sektor publik sehingga daya beli wajib pajak tersebut berkurang (Santoso dan Ning, 2003). Oleh karena itu, tujuan perusahaan dengan pemerintah terkait pajak saling bertentangan satu sama lain, dimana pemerintah berusaha memaksimalkan penerimaan dari sektor pajak, sedangkan perusahaan berusaha untuk memaksimalkan keuntungan dengan meminimalkan biaya pajak yang menjadi tanggungannya (Nugraha, 2015).

Tindakan manajerial yang menginginkan agar biaya pajak perusahaan dapat diminimalkan melalui agresivitas pajak menjadi semakin umum dilakukan oleh perusahaan-perusahaan di seluruh dunia. Namun demikian, akan timbul biaya dan manfaat yang signifikan ketika perusahaan memutuskan untuk melakukan tindakan agresivitas pajak (Lanis dan Richardson, 2012). Sagala (2015) menjelaskan agresivitas pajak sebagai upaya yang dilakukan oleh pihak manajemen dalam

¹ Corresponding author

menurunkan pajak yang seharusnya dibayarkan perusahaan. Sedangkan, Lanis dan Richardson (2012) menjelaskan bahwa kegiatan yang dilakukan untuk mengurangi pajak perusahaan melalui tindakan yang dilakukan secara legal, ilegal, ataupun keduanya disebut agresivitas pajak.

Kebijakan agresivitas pajak berdampak buruk bagi masyarakat karena pajak digunakan untuk mendanai penyediaan fasilitas publik (Slemrod, 2004). Watson (2011) menjelaskan bahwa perusahaan memiliki strategi pajak yang lebih agresif disebabkan peringkat tanggung jawab sosialnya rendah sehingga dianggap tidak bertanggung jawab secara sosial. Tanggung jawab sosial merupakan suatu konsep yang mengintegrasikan kepedulian sosial dan lingkungan dengan operasi bisnis perusahaan dan secara sukarela berinteraksi dengan para *stakeholder*-nya (*Commission of the European Communities*, 2001). Selain itu, tanggung jawab sosial dianggap sebagai faktor kunci keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan, namun, perusahaan tidak wajib untuk melakukan tanggung jawab sosial tersebut (Lanis dan Richardson, 2012).

Perusahaan memiliki tingkat kesadaran yang berbeda untuk menerapkan tanggung jawab sosial dalam operasi mereka. Apabila kepedulian perusahaan terhadap tanggung jawab sosial semakin tinggi, maka perusahaan tersebut akan semakin menyadari pentingnya pajak bagi masyarakat (Yoehana, 2013). Selain itu, dengan meningkatkan aktivitas tanggung jawab sosial, perusahaan berpotensi untuk mengurangi dampak negatif yang ditimbulkan dari kegiatan perencanaan pajak yang agresif. (Hoi, et.al, 2013).

Beberapa peneliti sebelumnya menguji hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan dengan agresivitas pajak, seperti penelitian Lanis dan Richardson (2012). Lanis dan Richardson (2012) meneliti hubungan antara tanggung jawab sosial dan agresivitas pajak menggunakan sampel perusahaan publik Australia selama tahun 2008-2009, hasilnya menunjukkan bahwa semakin tinggi tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan, maka akan semakin rendah tingkat agresivitas pajaknya. Sementara itu, Laguir et.al (2015) menguji hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan dengan agresivitas pajak berdasarkan pada dimensi-dimensi tanggung jawab sosial tersebut. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan Perancis selama tahun 2003-2011, hasilnya menunjukkan bahwa hanya dimensi sosial dan dimensi ekonomi yang berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Laguir et.al (2015) menjelaskan bahwa beberapa dimensi dari tanggung jawab sosial memiliki peran yang lebih penting dalam menjelaskan keputusan perusahaan terkait agresivitas pajak. Selain itu, penelitian Sari (2017) yang menguji hubungan antara tanggung jawab sosial, dimensi ekonomi, dan dimensi sosial terhadap agresivitas pajak dengan menggunakan sampel perusahaan manufaktur sub sektor industri selama tahun 2013-2015 memberikan hasil bahwa tanggung jawab sosial, dimensi ekonomi, dan dimensi sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

Dimensi sosial pada tanggung jawab sosial dijelaskan sebagai kemampuan organisasi dalam menciptakan lebih banyak kesempatan kerja, menghormati dan perlindungan terhadap hak asasi manusia, membantu negara-negara berkembang, mengembangkan keterampilan para karyawan, meningkatkan kualitas hidup negara tempat perusahaan beroperasi, non-diskriminasi, dan memastikan kualitas serta keamanan produk perusahaan (Nadiah, et.al, 2017). Sementara itu, dimensi tata kelola dijelaskan sebagai kinerja bisnis terbaik dapat diperoleh ketika perusahaan mempertimbangkan suara dari para pemangku kepentingannya (Lozano, 2005).

Tindakan perusahaan dalam menghadapi permasalahan yang timbul dalam interaksinya dengan para pelanggan, pemasok, maupun pemegang saham di pasar digolongkan ke dalam dimensi ekonomi pada tanggung jawab sosial (*European Commission*, 2003). Sedangkan, dimensi lingkungan dijelaskan sebagai tanggung jawab manajemen perusahaan untuk selalu konsisten menjaga lingkungan seperti mengurangi pemborosan sumber daya, mempraktikkan kode etik yang telah ditentukan, laporan lingkungan tahunan yang transparan, melindungi sumber daya alam dan keanekaragaman hayati yang langka, mengurangi emisi produk beracun, menggunakan sumber daya alam berkelanjutan, mempromosikan efisiensi energi, dan daur ulang (Nadiah, et.al, 2017).

Selain dipengaruhi oleh tanggung jawab sosial perusahaan, agresivitas pajak dipengaruhi pula oleh karakteristik perusahaan, salah satunya yaitu *leverage*. *Leverage* menunjukkan rasio komposisi utang perusahaan. Perusahaan dalam menjalankan operasinya, seringkali menggunakan utang yang diperoleh dari pihak ketiga. Utang perusahaan yang bertambah menyebabkan timbulnya

beban bunga yang menjadi pengurang beban pajak perusahaan (Pradipta dan Supriyadi, 2015). Hal tersebut mencerminkan tingginya tindakan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan. Pernyataan tersebut telah dibuktikan penelitian Lanis dan Richardson (2007) serta Nugraha (2015) yang menjelaskan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini terinspirasi dari penelitian yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson (2012), serta Laguir et.al (2015). Penelitian ini untuk menguji pengaruh dari tanggung jawab sosial dan dimensi-dimensinya yang terdiri dari dimensi sosial, dimensi tata kelola, dimensi ekonomi, dan dimensi lingkungan terhadap agresivitas pajak. Selain itu, penelitian ini menggunakan salah satu variabel kontrol penelitian sebelumnya yaitu *leverage* sebagai variabel independen. Belum banyak penelitian terdahulu yang menguji pengaruh dari tanggung jawab sosial dan masing-masing dimensi yang dimiliki terhadap agresivitas pajak dengan mengikutsertakan *leverage* sebagai salah satu variabel independen. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan masuk dalam kategori LQ 45 selama tahun 2014-2017.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Stakeholder Theory

Berdasarkan *stakeholder theory*, perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi demi kepentingannya sendiri, melainkan harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya seperti pemegang saham, kreditor, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain (Chairi dan Ghazali, 2014). Demi keberlanjutan hidup perusahaan diperlukan dukungan *stakeholder* dan persetujuan mereka harus dicari sehingga aktivitas perusahaan disesuaikan untuk memperoleh persetujuan tersebut. Apabila *stakeholder* semakin kuat, maka upaya perusahaan untuk dapat beradaptasi semakin besar. Dengan demikian, pengungkapan sosial dilihat sebagai dialog yang terjadi antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya (Gray, et.al, 1995).

Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak menjadi strategi perusahaan yang tidak sesuai dengan harapan masyarakat (Christensen dan Murphy, 2004). Balakrishnan et.al (2011) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai pembayaran pajak yang sangat rendah dari jumlah yang seharusnya dibayar sesuai jenis industri dan ukuran perusahaan tersebut. Selain itu, perusahaan yang terlibat dalam agresivitas pajak ditandai dengan transparansi yang rendah. Agresivitas pajak menimbulkan dampak dan penilaian negatif pada perusahaan karena merugikan masyarakat dan cenderung menimbulkan perilaku *opportunistic* yang bertentangan dengan kepentingan masyarakat (Laguir, et.al, 2015). Selain itu, Lanis dan Richardson (2013) menyampaikan bahwa agresivitas pajak tersebut dianggap tidak bertanggung jawab secara sosial dan tidak sah.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tanggung jawab sosial dijelaskan sebagai komitmen berkelanjutan dalam bisnis untuk dapat berperilaku secara etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi dengan meningkatkan kualitas hidup para tenaga kerja dan keluarganya, masyarakat sekitar, dan masyarakat pada umumnya (World Business Council for Sustainable Development, 1998). Sementara itu, KPMG (2007) berbicara terkait tanggung jawab sosial sebagai seperangkat prinsip yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam menentukan sikap etis terhadap situasi bisnis tertentu yang berdampak pada masyarakat, khususnya yang berkaitan dengan para *stakeholder* selain pemegang saham.

Dimensi Sosial pada Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

KPMG (2007) mengatakan bahwa aktivitas perusahaan memiliki dampak sosial seperti munculnya tanggung jawab pada karyawan, *supplier*, pelanggan dan pihak lain yang terpengaruh oleh aktivitas operasi perusahaan tersebut. Tanggung jawab terhadap karyawan mencakup syarat dan ketentuan kerja, *work-life balance*, peluang mengembangkan diri, dan *life-long learning*. Tanggung jawab terhadap *supplier* dan pelanggan seperti menghindari keterlambatan pembayaran dan tuntutan harga yang tidak sesuai, serta menyediakan produk maupun layanan yang berkualitas baik. Tanggung jawab terhadap masyarakat luas seperti menyediakan fasilitas perusahaan untuk

dapat digunakan secara umum, bekerja sama dengan organisasi amal, dan berhubungan baik dengan otoritas setempat, serta lembaga masyarakat dalam menetapkan keputusan.

Dimensi Tata Kelola pada Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Huseynov dan Klamm (2012) menyampaikan pandangannya mengenai tata kelola pada tanggung jawab sosial ke dalam beberapa model. Pada model pertama, tata kelola perusahaan merupakan landasan untuk melakukan tanggung jawab sosial perusahaan. Pada model kedua, tanggung jawab sosial dipandang sebagai dimensi tata kelola, maksudnya perusahaan bertanggung jawab terhadap seluruh *stakeholder* dan tertanam dalam struktur tata kelola perusahaan. Model ketiga, tata kelola dan tanggung jawab sosial perusahaan menjadi bagian utama suatu rangkaian untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan patuh terhadap hukum serta aturan.

Dimensi Ekonomi pada Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Caroll (1979) mengatakan bahwa tanggung jawab ekonomi menjadi unit ekonomi paling dasar dalam masyarakat, sehingga perusahaan bertanggung jawab menghasilkan barang dan jasa yang diinginkan masyarakat kemudian menjualnya demi keuntungan. Sedangkan Bansal (2005) mengatakan, ketika perusahaan dapat menciptakan atau menangkap nilai, maka didistribusikan kepada pelanggan melalui barang dan jasa, kepada pemegang saham melalui deviden dan ekuitas, serta kepada karyawan melalui gaji.

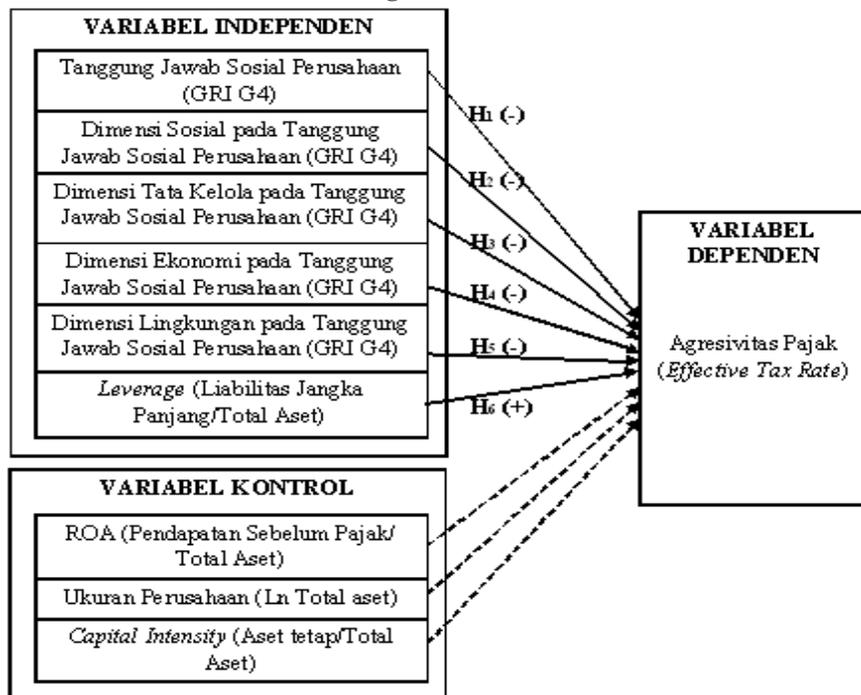
Dimensi Lingkungan pada Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Dimensi lingkungan pada tanggung jawab sosial perusahaan dikaitkan oleh Dahslurd (2006) dengan lingkungan alam. Selain itu, dimensi lingkungan juga dikaitkan dengan mengurangi pemborosan sumber daya, memiliki kode etik perilaku seperti menerbitkan laporan lingkungan tahunan, melindungi sumber daya alam dan keanekaragaman hayati, melakukan pemanfaatan sumber daya alam secara berkelanjutan, pengurangan emisi produk beracun, penggunaan energi secara efisien, dan daur ulang (Rodríguez, 2015).

Leverage

Leverage dijelaskan Van Horne dan Wachowicz (2012) sebagai rasio yang menekankan pentingnya pendanaan utang bagi perusahaan dengan menunjukkan jumlah presentase aset yang didukung dari pendanaan utang. Nilai *leverage* yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan sangat bergantung pada pinjaman pihak luar untuk membiayai asetnya, sedangkan nilai yang rendah menandakan bahwa perusahaan membiayai asetnya dengan modal sendiri (Purwanggono, 2015).

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Terhadap Agresivitas Pajak

Pajak perusahaan dapat dikaitkan dengan tanggung jawab sosial apabila pembayaran pajak tersebut berimplikasi bagi masyarakat luas. Oleh karena itu, dalam membayar pajak, perusahaan seharusnya mempertimbangkan etika, masyarakat, dan *stakeholder* lainnya (Lanis dan Richardson, 2012). Dijelaskan pula oleh Christensen dan Murphy (2004), perusahaan harus membayar pajak secara adil ke otoritas negara dimana perusahaan tersebut beroperasi. Perusahaan dapat dianggap tidak membayar ‘bagian yang adil’ dari pajak penghasilannya apabila mereka memutuskan untuk menetapkan suatu skema yang bertujuan untuk menghindari pajak (Freedman, 2003). Keputusan perusahaan dalam sejauh mana keinginan mereka untuk terlibat dalam kegiatan mengurangi pajak, dapat dipengaruhi oleh sikapnya terhadap tanggung jawab sosial, legalitas, dan etika (Christensen dan Murphy, 2004). Hoi et.al (2013) menambahkan bahwa untuk mengurangi dampak negatif akibat penghindaran pajak, maka perusahaan dapat meningkatkan kegiatan tanggung jawab sosialnya untuk membangun reputasi mereka.

Dengan demikian, perusahaan dengan kinerja tanggung jawab sosial yang baik diharapkan untuk lebih berhati-hati dalam melakukan agresivitas pajak karena tidak sesuai dengan prinsip tanggung jawab sosial dan berpotensi untuk menangkal dampak positif yang timbul akibat tanggung jawab sosial (Lanis dan Richardson, 2014). Penelitian terdahulu pun memberikan bukti bahwa tanggung jawab sosial yang semakin tinggi dilakukan perusahaan maka semakin rendah agresivitas pajaknya (Lanis dan Richardson, 2012 dan 2014; Nugraha, 2015; Sari, 2017). Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini yaitu :

H1 : Tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

Pengaruh Dimensi Sosial, Dimensi Tata Kelola, Dimensi Ekonomi, dan Dimensi Lingkungan Terhadap Tanggung Jawab Sosial Terhadap Agresivitas Pajak

Laguir et.al (2015) menjelaskan bahwa pengukuran tanggung jawab sosial *undimensional* mengacaukan pengaruh dari dimensi tanggung jawab sosial secara individual dan beberapa dimensi dari tanggung jawab sosial menjadi lebih penting dibandingkan dimensi lainnya dalam menjelaskan agresivitas pajak.

Dimensi sosial menjadi bentuk dialog yang mengikutsertakan *stakeholder* dalam setiap proses pengambilan keputusan perusahaan (Bansal, 2005). Investasi sosial berkaitan dengan menurunkan tindakan agresivitas pajak (Lanis dan Richardson, 2012). Penelitian terdahulu dari Lanis dan Richardson (2012), Laguir et.al (2015), dan Sari (2017) memberikan bukti bahwa komitmen perusahaan terhadap investasi sosial dapat berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

Dimensi tata kelola pada tanggung jawab sosial didasarkan pada asumsi mengenai perspektif tanggung jawab sosial terhadap kinerja bisnis terbaik dapat diperoleh dengan mengikutsertakan pertimbangan beberapa *stakeholder* (Tudway dan Pascal, 2006). Watson (2011) menegaskan bahwa tingginya agresivitas pajak disebabkan karena perusahaan yang tidak bertanggung jawab di bidang tata kelola. Berkaitan dengan dimensi tata kelola ini, Nadiah et.al (2017) membuktikan bahwa dimensi tata kelola pada tanggung jawab sosial berpengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak karena penerapan yang dilakukan dengan baik dapat mencegah terjadinya agresivitas pajak. Begitu pula dengan penelitian Desai dan Dharmapala (2006) terkait dimensi tata kelola yang baik dapat mengurangi penghindaran pajak.

Dimensi ekonomi sendiri berupa kemampuan yang dimiliki perusahaan untuk menghadapi berbagai permasalahan yang timbul berkaitan dengan pelanggan, *supplier*, dan pemegang saham. Berkaitan dengan dimensi ekonomi, Laguir et.al (2015) membuktikan adanya pengaruh dari dimensi ekonomi terhadap agresivitas pajak, dimana perusahaan yang memutuskan untuk bertanggung jawab pada perilaku bisnisnya maka akan mengembangkan perilaku etis pada pihak eksternal, sehingga tidak sejalan dengan praktik organisasi yang diarahkan untuk meningkatkan keuntungan melalui perencanaan pajak.

Laguir et.al (2015) menjelaskan dimensi lingkungan pada tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan pernyataan yang disampaikan Kovacs (2008), Walley dan Whitehead (1994) yaitu berfokus pada penerapan sistem manajemen secara sistematis untuk mengelola dampak lingkungan akibat bisnis sehingga perusahaan dapat membangun kredibilitas dengan *stakeholder* dan

memastikan bahwa prinsip integritas dan perlindungan terhadap lingkungan dipatuhi *internal stakeholder*. Berkaitan dengan dimensi lingkungan tersebut, Ranselaar (2016) membuktikan adanya pengaruh negatif dari perusahaan yang terlibat dengan dimensi lingkungan seperti pengurangan terhadap sumber daya dan emisi dengan penghindaran pajak. Sedangkan pengujian yang dilakukan Lanis dan Richardson (2012) dan Laguir et,al (2015) tidak dapat menemukan keterkaitan antara dimensi lingkungan dan agresivitas pajak. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini yaitu :

H2 : Tingkat dimensi sosial pada tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

H3 : Tingkat dimensi tata kelola pada tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

H4 : Tingkat dimensi ekonomi pada tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

H5 : Tingkat dimensi lingkungan pada tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

Pengaruh *Leverage* Terhadap Agresivitas Pajak

Besar kecilnya *leverage* dapat mempengaruhi besar kecilnya jumlah pajak yang dibayarkan perusahaan, karena biaya bunga yang timbul akibat utang dapat dikurangkan dalam menghitung pajak sehingga beban pajak menjadi lebih kecil (Nugraha, 2015). Lanis dan Richardson (2007) menyampaikan hal serupa yaitu perusahaan dengan *leverage* yang tinggi cenderung memiliki ETR yang rendah. ETR yang rendah dapat mengindikasikan adanya agresivitas pajak. Berdasarkan pada uraian tersebut, maka hipotesis yang dapat dirumuskan yaitu :

H6 : *Leverage* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian

Variabel dependen adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen. Agresivitas pajak diukur menggunakan proksi *Effective Tax Rate* (ETR). ETR yang rendah menjadi indikator terjadinya agresivitas pajak di perusahaan (Lanis dan Richardson, 2012). Rasio ETR diukur dengan perhitungan sebagai berikut :

$$\text{ETR} = \text{Beban Pajak Penghasilan} / \text{Laba Sebelum Pajak}$$

Variabel independen yaitu variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Variabel independen pada penelitian ini yaitu tanggung jawab sosial dan dimensi-dimensinya yang terdiri dari dimensi sosial, dimensi tata kelola, dimensi ekonomi, dan dimensi lingkungan, serta *leverage*. Tanggung jawab sosial diukur menggunakan *checklist* yang mengacu pada indikator pengungkapan yang dikeluarkan GRI G4 dengan standar umum dan khusus. Pengungkapan standar umum meliputi 2 item strategi dan analisis, 14 item profil organisasi, 7 item aspek material dan *boundary* teridentifikasi, 4 item hubungan dengan pemangku kepentingan, 6 item profil laporan, 22 item tata kelola perusahaan, dan 3 item untuk etika dan integritas. Sementara itu, pengungkapan standar khusus mengatur pengungkapan kategori ekonomi, lingkungan, dan sosial. Isi pengungkapan standar khusus yaitu 9 item kategori ekonomi, 34 item kategori lingkungan, 48 item kategori sosial. Kategori sosial terdiri dari 4 sub-kategori yaitu 16 item kategori praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, 12 item kategori hak asasi manusia, 11 item kategori masyarakat, dan 9 item kategori tanggung jawab atas produk. Untuk setiap item yang diungkapkan akan dinilai 1, sedangkan untuk item yang tidak diungkapkan dinilai 0. *Leverage* diukur dari utang jangka panjang dibagi total aset.

Variabel kontrol adalah variabel yang dikendalikan atau dibuat konstan sehingga membuat hubungan variabel independen terhadap variabel dependen tidak dipengaruhi oleh faktor-faktor luar yang tidak diamati dalam penelitian ini. *Size* diukur dari log natural total aset. ROA diukur dari laba sebelum pajak dibagi total aset. *Capital intensity* diukur dari aset tetap bersih dibagi total aset.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2014-2017. Data yang digunakan diperoleh dari laporan keuangan, laporan keberlanjutan, dan laporan tahunan selama tahun 2014-2017. Pengambilan sampel dilakukan dengan *random sampling*. Sampel dalam penelitian ini dipilih berdasarkan pada kriteria berikut ini :

1. Perusahaan yang masuk dalam kategori LQ 45 selama tahun 2014-2017.
2. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian selama tahun 2014-2017.
3. Perusahaan yang tidak mengalami restitusi pajak selama tahun 2014-2017.
4. Perusahaan dengan data lengkap yang diperlukan penelitian ini seperti, pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan maupun laporan keberlanjutan selama tahun 2014-2017.

Metode Analisis

Model regresi pertama untuk menguji pengaruh dari tanggung jawab sosial yang diukur dengan menggunakan 149 *item* dan *leverage* terhadap agresivitas pajak. Model regresi kedua untuk menentukan manakah dari keempat kategori tanggung jawab sosial (sosial, tata kelola, ekonomi, dan lingkungan) yang secara individu terkait dengan agresivitas pajak.

Model Regresi 1 :

$$TAG = \alpha + \beta_1CSRI + \beta_2LEV + \beta_3SIZE + \beta_4ROA + \beta_5CINT + e$$

Model Regresi 2 :

$$TAG = \alpha + \beta_1CSRI_1 + \beta_2CSRI_2 + \beta_3CSRI_3 + \beta_4CSRI_4 + \beta_5LEV + \beta_6SIZE + \beta_7ROA + \beta_8CINT + e$$

Keterangan model regresi 1 dan 2 :

- TAG : Agresivitas pajak yang diukur dengan proksi ETR
- α : Konstanta
- β : Koefisien regresi
- CSRI : Tanggung jawab sosial perusahaan kumulatif
- CSRI_1 : Dimensi sosial pada tanggung jawab sosial perusahaan
- CSRI_2 : Dimensi tata kelola pada tanggung jawab sosial perusahaan
- CSRI_3 : Dimensi ekonomi pada tanggung jawab sosial perusahaan
- CSRI_4 : Dimensi lingkungan pada tanggung jawab sosial perusahaan
- LEV : *Leverage*
- SIZE : Ukuran perusahaan
- ROA : Profitabilitas perusahaan (*Return on Asset*)
- CINT : *Capital intensity*

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

Berikut ini merupakan rincian pemilihan sampel dalam penelitian ini:

Tabel 1 Pengambilan Sampel Penelitian

Kriteria Sampel	2014	2015	2016	2017
Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan masuk ke dalam kategori LQ 45 selama tahun 2014-2017	45	45	45	45
Perusahaan yang mengalami kerugian selama tahun 2014-2017	(2)	(2)	(2)	(4)
Perusahaan yang mengalami restitusi pajak selama tahun 2014-2017	(9)	(12)	(14)	(15)
Perusahaan yang tidak mengungkapkan tanggungjawab sosial (sosial, tata kelola, ekonomi, atau lingkungan)	(3)	(2)	-	(1)
Jumlah observasi	31	29	29	25

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2018

Statistik Deskriptif Penelitian

Statistik deskriptif dapat memberikan gambaran ataupun deskripsi dari suatu data yang dapat dilihat melalui nilai maksimum, minimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi. Berikut ini merupakan hasil uji statistik deskriptif :

Tabel 2 Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ETR	114	0,0004	0,6289	0,219532	0,1139956
CSRI	114	0,2215	0,9664	0,482928	0,1777262
CSRI_1	114	0,0625	0,9583	0,317981	0,2197659
CSRI_2	114	0,4138	1,0000	0,765124	0,1870610
CSRI_3	114	0,1111	1,0000	0,520468	0,2343574
CSRI_4	114	0,0294	0,9706	0,224455	0,1858718
LEV	114	0,0093	0,9193	0,338648	0,2841854
SIZE	114	28,7250	34,6577	31,431196	1,5129093
ROA	114	0,0109	0,5772	0,119730	0,1323646
CINT	114	0,0074	0,6975	0,226921	0,1959207
Valid N (listwise)	114				

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2018

Pembahasan Hasil Penelitian

Tabel 3 Hasil Uji Hipotesis Model Regresi 1

Model	B	Sign.
(Constant)	-0,212	0,232
CSRI	0,328	0,000
LEV	-0,072	0,042
SIZE	0,009	0,162
ROA	0,051	0,259
CINT	0,002	0,961

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2018

Tabel 4 Hasil Uji Hipotesis Model Regresi 2

Model	B	Sign.
(Constant)	-0,353	0,046
CSRI_1	0,102	0,001
CSRI_2	0,049	0,183
CSRI_3	0,099	0,000
CSRI_4	0,087	0,089
LEV	-0,111	0,003
SIZE	0,014	0,066
ROA	0,043	0,309
CINT	-0,031	0,507

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2018

Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis, diperoleh CSRI sebagai tanggung jawab sosial perusahaan memiliki arah positif dan nilai signifikansi yang kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan semakin tinggi tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan, maka nilai ETR perusahaan

semakin tinggi. Tingginya nilai ETR menandakan bahwa agresivitas pajak perusahaan semakin rendah. Dengan demikian, semakin tinggi tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan, menyebabkan agresivitas pajaknya semakin rendah, sehingga hipotesis pertama diterima.

Tanggung jawab sosial merupakan bentuk komunikasi antara perusahaan dan masyarakat yang dapat mempengaruhi *image* dari perusahaan tersebut. Oleh karena itu, semakin banyak item dalam tanggung jawab sosial yang diungkapkan perusahaan, maka semakin besar tanggung jawab sosial yang dilakukan terhadap lingkungan sekitar. Selain itu, semakin perusahaan terlibat dalam kegiatan tanggung jawab sosial yang berkaitan dengan tata kelola, kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, kinerja sosial seperti praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, hak asasi manusia, masyarakat, dan produk maka perusahaan semakin meminimalisir kegiatannya untuk terlibat dalam agresivitas pajak.

Pengaruh Dimensi Sosial pada Tanggung Jawab Sosial Terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis di atas, diperoleh bahwa CSRI_1 sebagai dimensi sosial pada tanggung jawab sosial perusahaan memiliki arah positif dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan adanya pengaruh negatif signifikan dimensi sosial pada tanggung jawab sosial perusahaan terhadap agresivitas pajak, sehingga hipotesis kedua penelitian ini diterima. Dengan demikian, semakin tinggi dimensi sosial pada tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan menyebabkan semakin rendahnya keterlibatan perusahaan dalam kegiatan agresivitas pajak.

Investasi sosial yang diputuskan perusahaan memiliki keterkaitan terhadap pajak karena pajak mendanai sebagian atau sepenuhnya barang-barang yang disediakan bagi publik. Kesadaran perusahaan terhadap dimensi sosial pada tanggung jawab sosial menyebabkan perusahaan semakin menyadari pentingnya pajak bagi masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan yang semakin terlibat dalam tanggung jawab sosial terutama dimensi sosialnya seperti ketenagakerjaan, hak asasi, masyarakat, dan produk maka perusahaan semakin meminimalisir keterlibatannya dalam tindakan agresivitas pajak.

Pengaruh Dimensi Tata Kelola pada Tanggung Jawab Sosial Terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis di atas, diperoleh bahwa CSRI_2 sebagai dimensi tata kelola pada tanggung jawab sosial perusahaan memiliki arah positif dengan nilai signifikansi yang lebih dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh signifikan dimensi tata kelola pada tanggung jawab sosial perusahaan terhadap agresivitas pajak, sehingga hipotesis ketiga penelitian ini ditolak. Dengan demikian, semakin tinggi dimensi tata kelola pada tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan, tidak menyebabkan keterlibatan dalam tindakan agresivitas pajak menurun.

Hasil dari penelitian ini tidak dapat membuktikan pernyataan mengenai penggerak terpenting dalam hubungan antara tanggung jawab sosial dan penghindaran pajak ataupun dimensi tata kelola pada tanggung jawab sosial yang tertanam baik dalam organisasi menyebabkan perusahaan menjadi pasif terhadap pajak. Oleh karena itu, semakin perusahaan terlibat dalam dimensi tata kelola pada tanggung jawab sosial seperti melakukan pengungkapan strategi dan analisis, profil organisasi, aspek material dan *boundary* teridentifikasi, hubungan dengan pemangku kepentingan, profil laporan, tata kelola, dan etika serta integritas tidak mempengaruhi keputusan perusahaan dalam agresivitas pajak.

Pengaruh Dimensi Ekonomi pada Tanggung Jawab Sosial Terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis di atas, diperoleh bahwa CSRI_3 sebagai dimensi ekonomi pada tanggung jawab sosial perusahaan memiliki arah positif dengan nilai signifikansi yang kurang dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya pengaruh negatif signifikan dimensi ekonomi pada tanggung jawab sosial perusahaan terhadap agresivitas pajak, sehingga hipotesis keempat pada penelitian ini diterima. Dengan demikian, semakin tinggi dimensi ekonomi pada tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan menyebabkan semakin rendahnya keterlibatan perusahaan dalam kegiatan agresivitas pajak.

Perusahaan yang pada akhirnya memutuskan terlibat dalam tanggung jawab sosial yang berkaitan dengan perilaku bisnis dan ekonomi, maka mengembangkan budaya yang menjanjikan

untuk berperilaku secara etis pada pihak eksternal perusahaan, sehingga hal tersebut tidak akan sejalan dengan praktik organisasi yang diarahkan untuk menghindari pajak demi meningkatkan keuntungan. Oleh karena itu, apabila perusahaan semakin terlibat dalam dimensi ekonomi pada tanggung jawab sosial perusahaan seperti kinerja ekonomi, keberadaan di pasar, dampak ekonomi tidak langsung, dan praktik pengadaan, menyebabkan rendahnya tindakan agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan.

Pengaruh Dimensi Lingkungan pada Tanggung Jawab Sosial Terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis di atas, diperoleh bahwa CSRI_4 sebagai dimensi lingkungan pada tanggung jawab sosial perusahaan memiliki arah positif dengan nilai signifikansi yang lebih dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh signifikan dimensi lingkungan pada tanggung jawab sosial terhadap agresivitas pajak, sehingga hipotesis kelima penelitian ini ditolak. Dengan demikian, semakin tinggi dimensi lingkungan pada tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan tidak menyebabkan keterlibatan dalam tindakan agresivitas pajak menurun. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa, semakin tinggi keterlibatan perusahaan dalam dimensi lingkungan pada tanggung jawab sosial perusahaan seperti penggunaan bahan, energi, air, keanekaragaman hayati, emisi, efluen dan limbah, produk dan jasa, kepatuhan, transportasi, investasi lingkungan, asesmen para pemasok berdasarkan kriteria lingkungan, dan pengaduan masalah lingkungan tidak menyebabkan kegiatan agresivitas pajak perusahaan menjadi berkurang.

Pengaruh Leverage Terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis, model regresi pertama dan kedua menunjukkan bahwa nilai LEV menunjukkan hasil yang signifikan dengan arah negatif karena nilai signifikansi yang kurang dari 0,05. Apabila *leverage* yang dimiliki perusahaan semakin tinggi, maka utang jangka panjang pun ikut meningkat. Utang tersebut menyebabkan timbulnya beban tetap berupa beban bunga, sehingga semakin besar utang yang dimiliki perusahaan, maka beban bunga yang ditanggung pun semakin tinggi. Beban bunga dapat berpengaruh pada besar kecilnya pajak, karena beban bunga menjadi komponen yang dapat mengurangi beban pajak perusahaan. Oleh karena itu, semakin tinggi beban bunga, maka beban pajak perusahaan seharusnya semakin rendah, yang menandakan bahwa perusahaan terlibat dalam agresivitas pajak

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari tanggung jawab sosial yang dihitung secara kumulatif, masing-masing dimensi tanggung jawab sosial yang terdiri dari sosial, tata kelola, ekonomi, dan lingkungan, serta salah satu karakteristik keuangan *leverage* terhadap agresivitas pajak. Perusahaan yang diteliti merupakan perusahaan yang masuk ke dalam LQ 45 selama tahun 2014-2017 dengan total 114 observasi.

Berdasarkan pada hasil pengujian data yang dilakukan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu :

1. Model regresi pertama menguji pengaruh dari tanggung jawab sosial secara kumulatif dan *leverage* terhadap agresivitas pajak dapat ditarik kesimpulan bahwa:
 - a. Tanggung jawab sosial perusahaan terbukti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap agresivitas pajak, sehingga semakin tinggi tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan, maka keterlibatan perusahaan terhadap agresivitas pajak semakin rendah.
 - b. *Leverage* terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak, sehingga semakin tinggi *leverage* yang dimiliki oleh perusahaan, maka keterlibatan perusahaan terhadap agresivitas pajak semakin tinggi.
2. Model regresi kedua untuk menguji manakah dari masing-masing dimensi pada tanggung jawab sosial (sosial, tata kelola, ekonomi, dan lingkungan) dan *leverage* yang berpengaruh terhadap agresivitas pajak, dapat ditarik kesimpulan bahwa :
 - a. Dimensi sosial pada tanggung jawab sosial perusahaan terbukti memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap agresivitas pajak, sehingga semakin tinggi dimensi sosial pada tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan, maka keterlibatan perusahaan terhadap agresivitas pajak semakin rendah.

- b. Dimensi tata kelola pada tanggung jawab sosial perusahaan terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.
- c. Dimensi ekonomi pada tanggung jawab sosial perusahaan terbukti memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap agresivitas pajak, sehingga semakin tinggi dimensi ekonomi pada tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan, maka keterlibatan perusahaan terhadap agresivitas pajak semakin rendah.
- d. Dimensi lingkungan pada tanggung jawab sosial perusahaan terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.
- e. Oleh karena itu, hubungan antara tanggung jawab sosial dan agresivitas pajak terutama lebih didorong oleh kinerja sosial dan ekonomi, karena kedua dimensi tersebut yang menunjukkan adanya hubungan negatif dan signifikan terhadap agresivitas pajak.
- f. *Leverage* terbukti berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, sehingga semakin tinggi *leverage* yang dimiliki perusahaan, maka keterlibatan perusahaan terhadap agresivitas pajak semakin tinggi.

Keterbatasan Penelitian

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini seperti :

1. Kurs dolar yang digunakan dalam pengkonversian mata uang dolar menjadi rupiah pada beberapa perusahaan disamakan dengan data yang terdapat di Bank Indonesia pada akhir tahun, karena informasi terkait kurs tidak seluruh perusahaan mencantumkan dalam Catatan Atas Laporan Keuangan (CALK).
2. Pengungkapan tanggung jawab sosial dan dimensi-dimensinya dilakukan menggunakan GRI G4 yang merupakan versi lama dari GRI.

Saran

Berdasarkan pada keterbatasan yang telah disampaikan sebelumnya, oleh karena itu beberapa saran diberikan untuk menjadi bahan pertimbangan penelitian selanjutnya :

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan kurs dolar yang terdapat pada masing-masing perusahaan agar pengkonversian mata uang dolar menjadi rupiah agar lebih akurat.
2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan versi terbaru GRI dalam mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

REFERENSI

- Adhitya, Yudha. 2015. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Sebelas Maret: Surakarta.
- Ardyansah, D. 2014. *Pengaruh Size, Leverage, Profitability, Capital Intensity Ratio, dan Komisaris Independen Terhadap Effective Tax Rate (ETR) (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI selama 2010-2012)*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Avi-Yonah, R.S. 2008. "Corporate Social Responsibility and Strategic Tax Behavior". In: Schön, W. (Ed), *Tax and Corporate Governance*. Springer: Hei-delberg, pp. 183-198.
- Balakrishnan, K., J. Blouin, and W, Guay. 2011. "Does Tax Aggressiveness Reduce Financial Reporting Transparency?". *Journal University of Pennsylvania*, pp. 2-3.
- Bansal, P. 2005. "Envolving Sustainability: a Longitudinal Study of Corporate Sustainable Development. *Strateg. Manag. J.* 26 (3), pp. 197-218.
- Caroll, A. 1979. "A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance". *Manag. Rev.* 4(4), pp. 497-505.
- Cheers, Zachary, "The Corporate Social Responsibility Debate" (2011). *Senior Honors Theses*. pp. 219.
- Commission of The European Communities. 2001. Green Paper : Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility. Available online : europa.eu/rapid/press-release_DOC-01-9_en.pdf (accessed : 07.07.2018).

- Dahslurd, A. 2008. "How Corporate Social Responsibility is Defined : an Analysis of 37 Definitions". *Corp. Soc. Responsib. Environ. Manag.* 15 (1), pp. 1-13.
- Darmawan, I Gede Hendy, I Made Sukartha. 2014. Pengaruh Penerapan Corporate Governance, Leverage, Return On Assets, Dan Ukuran Perusahaan Pada Penghindaran Pajak. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. 9.1 (2014):143-161.
- European Commission, 2003. Responsible Entrepreneurship : a Collection of Good Practice Cases Among Small and Medium Sized Enterprises across Europe. Available online : <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/07238c6f-fba4-4271-a9aa-68c3ca9f1909/language-en> (accessed : 30.06.2018).
- Freedman, J., 2003. Tax and corporate responsibility. *Tax. J.* 695 (2), 1e4.
- Freeman, R.E, et.al. 2010. *Stakeholder Theory: The State of The Art*. New York: Cambridge University Press.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. 7 Ed. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Anis Chairi. 2001. *Teori Akuntansi*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Global Reporting Initiative. 2013. Pedoman Pelaporan Keberlanjutan, <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Bahasa-Indonesia-G4-Part-One/Two.pdf> (accessed : 25.11.2017).
- Gupta, S., Newberry, K., 1997. Determinants of the variability on corporate effective tax rates: evidence from longitudinal data. *Journal of Accounting and Public Policy* 16 (1), pp. 1–34.
- Gray, R., Kouhy, R. & Lavers, S. 1995. "Corporate Social & Environmental Reporting: A Review of the Literature& a Longitudinal Study of UK Disclosure". *Accounting Auditing & Accountability Journal*, Vol. 8, No. 1, pp. 44-77.
- Hidayati Nuur, N., & Sri Murni. "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Earning Responses Coefficient pada Perusahaan High Profile". *Jurnal Bisnis dan Akuntansi Vol. 11, No. 1*.
- Heikkurinen, P. "Image differentiation with corporate environmental responsibility". *Corp. Soc. Responsib. Environ. Manag.* 2012, 17, pp. 142–152.
- Hoi, C.K., Wu, Q., & Zhang, H. 2011. "Is Corporate Social Responsibility (CSR) Associated with Tax Avoidance? Evidence from Irresponsible CSR Activities". *Journal of International Accounting Research*, Vol. 90, No. 4, pp.1395-1435.
- Horne, James C. Van, & John M. Wachowicz, Jr. Quratul'ain. M (penerjemah). 2012. *Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan* (Ed. 13). Jakarta : Salemba Empat.
- Huseynov, F., & Klamm, B. K. 2012. "Tax Avoidance, Tax Management, and Corporate Social Responsibility". *Journal of Corporate Finance*, Vol. 18, No. 4, pp. 804-827.
- Johnson, R.A., Greening, D.W., 1999. "The Effects of Corporate Governance and Institutional Ownership Types of Corporate Social Performance. *Acad. Manag. J.* 42 (5), pp. 564-576.
- Kholis, Azizul, & Azhar Maksum. 2003. "Analisis Pentingnya Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility and Social Accounting) Studi Kasus Empiris di Kota Medan. *Media Riset Akuntansi, Auditing dan Informasi*, Vol.3, No.2, pp.101-132.
- KPMG. 2007. "Tax and Corporate Social Responsibility". Available online : http://www.ibrarian.net/navon/paper/Tax_and_Corporate_Social_Responsibility.pdf?paperid=8404118 (accessed : 18.01.2018).
- Kuriah, Hanik. L & Nur Fadjirin Asyik. 2016. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. Vol. 5. No.3.
- Kurniasari, W. I. 2015. Pengaruh Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Keberadaan Risk Management Committee Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Laguir, I., Raffaele, & S., Jamal, E. 2015. "Does Corporate social responsibility affect corporate tax aggressiveness?". *Journal of Cleaner Production* 107, pp. 662-675.

- Lanis, R., & Richardson, G. 2007. "Determinants of The Variability in Corporate Effective Tax Rates and Tax Reform: Evidence from Australia. *Journal of Accounting and Public Policy*, Vol.26, pp. 689-704.
- Lanis, R., & Richardson, G. 2012. "Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis". *Journal of Accounting and Public Policy*, Vol. 31, No. 1, pp. 86-108.
- Lanis, R., & Richardson, G. 2013. "Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: a Test of Legitimacy Theory". *Acc. Audit. Acc. J.* 26 (1), pp. 75-100.
- Lanis, R., & Richardson, G. 2014. "Is Corporate Social Responsibility Performance Associate with The Tax Avoidance?" *J. Bus. Ethics* 127 (2), pp. 439-457.
- Law, P., 2011. "Audit regulatory reform with a refined stakeholder model to enhance corporate governance: Hong Kong evidence". *Corp. Gov. Int. J. Bus. Soc.* 11 (2), 123e135.
- Lozano, J.M., 2005. "Towards the relational corporation: from managing stakeholder relationships to building stakeholder relationships (waiting for Copernicus)". *Corp. Gov. Int. J. Bus. Soc.* 5 (2), 6077.
- Lumbantoruan, Sophar. 1996. *Akuntansi Pajak*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Muzakki, M. R. 2015. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Capital Intensity* Terhadap Penghindaran Pajak. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Nadiah, H., W.K. Wan Nur Syakirah, Y. Mastora, A.A. Rozainun. 2017. "Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure and Its Impact towards Corporate Tax Aggressiveness". *J. Appl. Environ. Biol. Sci.* 7 (5S), pp. 10-15.
- Neuman, Lawrence. W., Edina T. Sofia (penerjemah). 2013. *Metode Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. 7 Ed. Jakarta : PT Indeks.
- Nugraha, N. B. 2015. *Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Non Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2012-2013)*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Oktavia, F. 2016. *Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Leverage, dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama Periode 2012-2014)*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Pradini, H.S. 2013. *The Analysis of Information Content towards Greenhouse Gas Emissions Disclosure in Indonesia Companies*. Faculty of Economics and Business University of Diponegoro Semarang.
- Pradipta, Dyah Hayu, & Supriyadi. 2015. "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), Profitabilitas, *Leverage*, dan Komisaris Independen Terhadap Praktik Penghindaran Pajak". *Simposium Akuntansi XVIII, Medan*.
- Pradnyadari, I Dewa Ayu Intan. 2015. "Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*". *Diponegoro Journal of Accounting*, Vol. 4, No. 2, pp. 1-9.
- Purwanggono, E.A. 2015. *Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Kepemilikan Mayoritas Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013)*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Renselaar, Jos Van. 2016. "The Influence of Corporate Social Responsibility on The Level of Corporate Tax Avoidance. *Business and Economics Department of Business Studies Uppsala University*, pp. 1-31.
- Roberts, R.W. (1992), "Determinants of corporate social responsibility disclosure", *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 17 No. 6, pp. 595-612.
- Rodri'guez-Gonza' lez, R. M., M. C. Di'az-Ferna'ndez, & B. Simonetti. 2015. "The social, economic, and environmental dimensions of corporate social responsibility: The role played by consumers and potential entrepreneurs". *International Business Review*, pp. 13.
- S, Munawir. 2004. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi ke-4. Liberty : Yogyakarta
- Sacconi, L. 2006. A social contract account for CSR as an extended model of corporate governance (I): Rational bargaining and justification. *Journal of Business Ethics* 68 (3): pp. 259 281.

- Sagala, Winarti. M. 2015. *Analisis Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Sahla, Widya. A. & Siti Sophiah R. A. 2016. "Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Berdasarkan *Global Reporting Initiative* (GRI-G4) Pada Perbankan Indonesia". *Jurnal Intekna*, Vol. 16, No. 2, pp. 101-200.
- Santoso, Iman dan Ning Rahayu. 2013. *Corporate Tax Management*. Jakarta: Observation & Research of Taxation (Ortax).
- Sari, L. L. P. 2017. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Penghindaran Pajak Perusahaan*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Sekaran, U. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. 4 Ed. Jakarta : Salemba Empat.
- Setiawan, Agus. 2008. *Cara Mudah Menghitung PPh Badan dengan Undang-Undang Pajak*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Sila, Ismail, & Kemal Cek. 2017. "The Impact of Environmental, Social, and Governance Dimension of Corporate Social Responsibility : Australian Evidence". *Sciedirect. Procedia Computer Science* 120. pp. 797-804.
- Siregar, Chairil N. 2007. "Analisis Sosiologis Terhadap Implementasi Corporate Social Responsibility Pada Masyarakat Indonesia". *Jurnal Sositologi Edisi 12 Tahun 6*, Desember 2007.
- Slemrod, J., 2004. "The economics of corporate tax selfishness". *National Tax Journal* 57, pp.877–899.
- Sujatmoko, Dody. 2007. *Evaluasi Kinerja Sosial pada Perusahaan Perhotelan di Jawa Tengah dan DIY. Unpublished Skripsi*, Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Susiloadi, P., & Negara, J. A. 2008. "Implementasi *Corporate Social Responsibility* Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan". *Spirit Publik*, Vol. 4, No.2, pp. 123-130.
- Tudway, R., Pascal, A.M. 2006. "Corporate Governance, Shareholder Value and Societal Expectations. *Corp. Gov. Int. J. Bus. Soc* 6 (3), pp. 305-316.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan Telah Beberapa Kali Diubah Terakhir Dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2009.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.
- Wahba, H. "Does the market value corporate environmental responsibility? An empirical examination". *Corp. Soc. Responsib. Environ. Manag.* 2008, 15, pp. 89–99.
- Watson, L. 2011. "Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Examination of Unrecognized Tax Benefit". www.google.co.id (accessed : 28.11.2018).
- Williams, D.F., 2007. *Developing the Concept of Tax Governance*. KPMG, London, UK.
- World Business Council for Sustainable Development. 1998. *Corporate Social Responsibility. Available online* : <https://growthorientedsustainableentrepreneurship.files.wordpress.com/2016/07/csr-wbcsd-csr-primer.pdf>. (accessed : 23.08.2018).
- Yoehana, M. 2013. *Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Zeng, Tao. 2012. "Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness". *SSRN Electronic Journal*. Doi: 10.2139/ssrn.2190528.