



## **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Tax Avoidance* Dengan *Size* Sebagai Variabel Moderating**

OK Sofyan Hidayat<sup>1</sup>  
Universitas Negeri Medan

**Abstract:** This study aims to examine the influence of the corporate social responsibility on tax avoidance with size as a moderating variable at manufacturing companies listed in Indonesia Stock Exchange. The population in this study are all manufacturing companies listed on the Stock Exchange for the 2014-2016 period. Of the 147 listed companies, 26 sample companies were selected using purposive sampling method. The data used in this study is secondary data, by downloading the financial statements from the website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Data analysis techniques used are descriptive statistics, classical assumption test, multiple regression analysis and moderate regression analysis (MRA). The partial test results using the t test show that corporate social responsibility is partially through the t test with a significance value of  $0,000 < 0,05$  which affects tax avoidance. This means that disclosure of corporate social responsibility will affect the level of tax avoidance of a company. Size (company size) can be a moderation that strengthens the influence of corporate social responsibility on tax avoidance with a significance value of  $0.001 < 0.05$ . This means that increasing the size of the company will encourage an increase and disclosure of corporate social responsibility towards tax avoidance.

**Keywords :** *Corporate Social Responsibility, Size, Tax Avoidance*

## 1. Pendahuluan

Salah satu penghasilan terpenting dalam suatu negara adalah pajak. Pajak merupakan pungutan wajib oleh negara kepada masyarakatnya sebagai pemasukan kepada negara. Hasil pungutan pajak inilah yang kemudian dikembalikan lagi kepada masyarakat secara tidak langsung. Dengan kata lain negara mengembalikan melalui program-programnya yang bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi baik itu melalui pembangunan infrastruktur, aset publik, dan fasilitas umum lainnya.

Freise et al. (2008) (dalam Lanis dan Richardson, 2012) menyatakan, dari perspektif sosial, pembayaran pajak pasti digunakan untuk membiayai fasilitas atau aset publik. Hal ini dilakukan demi peningkatan kesejahteraan rakyat Indonesia. Pajak merupakan kewajiban pembayaran oleh rakyat kepada pemerintah.

Menurut Waluyo (2011) salah satu cara untuk mewujudkan kemandirian bangsa dalam pembiayaan pembangunan adalah dengan menggali sumber dana dari pajak. Dalam hal ini, Pemerintah Indonesia sangat gencar dalam pengoptimalan pungutan pajak dari masyarakat. Pemerintah mengupayakan perbaikan sistem perpajakan menjadi lebih baik. Pemerintah juga berupaya meningkatkan *tax ratio* secara bertahap untuk pengoptimalan pemasukan dari pajak. Upaya peningkatan *tax ratio* ini dilakukan secara bertahap dan hati-hati dengan memperhatikan keadaan ekonomi Negara Indonesia dan juga ekonomi dunia.

Perusahaan membayar pajak sesuai dengan laba yang telah dihasilkan. Bagi perusahaan, pajak merupakan beban yang akan mengurangi laba sebelum pajak. Berikut ini merupakan tabel persentase pemungutan penerimaan pajak dari tahun 2013 hingga 2015.

Tabel 1.1  
Persentase Pemungutan Pajak Badan di Indonesia

Tahun	Target(Triliun)	Realisasi(Triliun)	Persentase
2013	Rp 1.148	Rp 1.077	93,8%
2014	Rp 1.246	Rp 1.143	91,7%
2015	Rp 1.294.258	Rp 686.274	53.02%

Sumber: [www.economy.okezone.com](http://www.economy.okezone.com),2015

Dari tabel 1.1 di atas dapat dilihat pada tahun 2015 realisasi pajak sangat jauh dari target yang ditetapkan. Terdapat informasi yang diberikan oleh [www.bisnisindonesia.com](http://www.bisnisindonesia.com)(2015) bahwa pada tahun 2015 wajib pajak yang melakukan pembayaran pajak hanya sebanyak 375.000 WP dari potensi 1,1 juta WP badan. Hal ini sangat disayangkan melihat badan usaha di Indonesia ini berada di angka 3,6 juta. Pajak merupakan iuran yang sifatnya memaksa sehingga dalam memenuhi kewajiban pajaknya dapat memberatkan wajib pajak yang bersangkutan. Kemajuan teknologi informasi dan sektor keuangan serta belum sempurnanya ketentuan perpajakan suatu Negara maupun antar Negara merupakan penyebab krusial semakin berkembangnya praktik penghindaran pajak (Hutagol,2007:151).

Tujuan pemerintah untuk memaksimalkan penerimaan dari sektor pajak bertentangan dengan tujuan perusahaan. Perusahaan berusaha untuk meminimalkan beban pajaknya sehingga laba akan semakin tinggi. Dengan laba yang tinggi, maka pemilik akan memperoleh kesejahteraan dan dapat melangsungkan bisnis perusahaannya (Yoehana, 2013). Dengan demikian perusahaan sering kali melakukan tindakan *tax planning* dan juga *tax avoidance*. Pembayaran pajak dianggap tidak memberikan manfaat langsung terhadap perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan enggan untuk membayar pajak dan lebih memilih untuk meminimalkan pajak yang ditanggung dengan cara penghindaran pajak. Mangoting (1999) dalam Bani dan Wahyu (2015), berpendapat bahwa perusahaan menganggap pajak sebagai biaya sehingga perlu adanya usaha atau strategi untuk meminimalkan pembayaran pajak yang biasa disebut *tax planning*.

Bagi perusahaan, kegiatan penghindaran pajak dapat menghasilkan biaya dan manfaat yang signifikan. Beberapa peneliti seperti Freedman (2003), Slemrod (2004), Landolf (2006) berpendapat

bahwa kebijakan penghindaran pajak perusahaan mungkin berpengaruh negatif terhadap masyarakat. Karena perusahaan yang melakukan kebijakan penghindaran pajak dianggap tidak memberikan kontribusi kepada pemerintah dalam rangka pembiayaan fasilitas publik. Oleh karena itu, penghindaran pajak perusahaan merupakan salah satu tindakan yang tidak bertanggung jawab sosial oleh perusahaan. Karena salah satu tanggung jawab perusahaan adalah dimulai dengan memberikan kontribusi kepada masyarakat melalui pajak pemerintah (Landolf, 2006). Menurut *World Bank Group* tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) disebut sebagai komitmen bisnis berkelanjutan yang berkontribusi bagi ekonomi dan berpengaruh pada lingkungan sekitar dan masyarakat umum. *Corporate Social Responsibility* (CSR) bertujuan untuk meningkatkan kualitas sarana dan keberlangsungan hidup masyarakat.

Dari definisi tersebut dapat disebutkan bahwa pajak dan CSR sama-sama ditujukan untuk kesejahteraan umum. Namun bedanya adalah pajak dikelola oleh pemerintah pusat maupun daerah yang kemudian didistribusikan kepada masyarakat umum sedangkan biaya pelaksanaan CSR dikelola perusahaan untuk kemudian didistribusikan kepada masyarakat umum. Ada beberapa faktor lain yang dapat mempengaruhi perusahaan membayar pajaknya. Salah satunya adalah karakteristik sebuah perusahaan. Salah satu karakteristik perusahaan yang berkaitan mempengaruhi tingkat efektif pajak secara langsung adalah *Size*. Dalam pengambilan keputusan investasi, investor seringkali melihat besar kecilnya perusahaan dan melakukan penilaian terhadap kinerja keuangan perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan (*size*) perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan.

Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Di samping itu perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti. Pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan (Sembiring, 2005). Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil. Menurut Lanis dan Richardson (2012) CSR merupakan faktor kunci kesuksesan dan kelangsungan hidup (*going concern*) perusahaan. Sementara itu pajak merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan kepada Negara. Oleh karena itu tindakan penghindaran pajak merupakan tindakan yang tidak bertanggung jawab sosial. Pajak juga merupakan sumber pendanaan utama bagi Negara Indonesia, namun di sisi lain pajak bagi perusahaan merupakan biaya yang mengurangi keuntungan perusahaan.

Dalam penelitian lainnya yang meneliti hubungan *Size* Perusahaan dengan CSR mengatakan ada hubungan positif antara keduanya, dimana jika perusahaan semakin besar maka CSR yang dihasilkan perusahaan juga besar, seperti yang diteliti oleh Purnasiwi (2011) menghasilkan bahwa secara simultan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Di sisi lain penelitian tentang hubungan *Size* perusahaan dengan *Tax Avoidance* mengatakan bahwa kedua variabel memiliki hubungan yang signifikan seperti yang dihasilkan oleh Dewinta dan Setiawan (2016) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, umur perusahaan, profitabilitas, dan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap *tax avoidance*.

Berdasarkan pemaparan yang telah diuraikan, konteks permasalahan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dugaan perusahaan menggunakan mekanisme CSR untuk penghindaran pajak dalam tujuan agar menghasilkan nilai pajak yang seminimal mungkin. Atas dasar fenomena tersebut, peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian yang menjelaskan pengaruh CSR terhadap kinerja *Tax Avoidance*, dan selanjutnya meneliti dampak CSR terhadap *Tax Avoidance* yang dimoderasi (diperkuat atau diperlemah) oleh *Size* perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Tax Avoidance* dengan *Size* Sebagai Variabel *Moderating* pada Perusahaan manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016.”**

## 2. Tinjauan Pustaka

### 2.1 Kerangka Teori

#### 1. Teori Stake Holder

Purwanto (2011) menyatakan bahwa dalam teori *stakeholder*, perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya. *Stakeholder* merupakan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan yang meliputi konsumen, pemasok, masyarakat setempat, kreditor, pemegang saham, pemerintah setempat, pemerintah asing, karyawan, penyalur, rekan bisnis, aktivitas sosial dan media massa. (Grey, 1994, dalam Ghozali dan Chaxiri, 2007) Kelangsungan hidup suatu perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari, sehingga segala jenis aktivitas perusahaan semata-mata untuk mencari dukungan tersebut.

Menurut model ekonomi tradisional, perusahaan bertanggung jawab kepada *stockholders* dan pemilik modal perusahaan. Akan tetapi, pandangan ini telah tergantikan oleh pandangan sosio-ekonomi yang menyatakan bahwa kepentingan pemegang saham yang tunggal ini telah diganti dengan paham *stakeholders*, yaitu kelompok-kelompok yang mempunyai kepentingan dalam tindakan perseroan dan yang memberikan sokongan dan kepada siapa organisasi bertanggung jawab (Kast dan Rosenzweig, 2002).

*Stakeholder* dapat didefinisikan sebagai sebagian anggota komunitas, atau kelompok individu, masyarakat yang berasal dari lingkungan perusahaan, Wilayah negara, termasuk negara lain (*global*) yang mempunyai pengaruh terhadap jalannya perusahaan. Yang dimaksud *stakeholder* adalah pemilik perusahaan, pemegang saham, kreditor, pemasok, penyalur, pemerintah setempat, pemerintah asing, para karyawan, konsumen, masyarakat setempat, aktivitas sosial, rekan bisnis, dan media massa. Oleh karena itu, teori *stakeholder* tidak hanya berlaku untuk pemilik perusahaan dan para pemegang saham, tetapi juga berlaku untuk seluruh *stakeholder* yang telah disebutkan tersebut. Sehingga perusahaan wajib ikut menjaga masyarakat sekitar dan para karyawan serta berpartisipasi dalam pelestarian lingkungan sekitar perusahaan. Caranya yakni dengan mengadakan kegiatan-kegiatan yang bertujuan untuk mendukung kewajiban perusahaan tersebut. Namun, perusahaan yang membuat banyak komitmen terhadap pemegang saham juga akan lebih cenderung menghindari pajak untuk kepentingan pemegang saham. Hal ini dikonfirmasi oleh Laguir, (2015) yang menemukan bahwa, berdasarkan sampel dari perusahaan Perancis yang terdaftar, tingkat yang lebih tinggi dari CSR pada dimensi ekonomi berkaitan dengan tingkat yang lebih tinggi dari agresivitas pajak.

Hasil regresi oleh Renselaar (2016) menunjukkan hubungan negatif signifikan antara CSR dan ETR, dengan aset berbeda dari variabel kontrol. Temuan ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan skor kinerja CSR yang tinggi lebih cenderung untuk melakukan penghindaran pajak perusahaan. Hasil ini bertentangan dengan literatur yang ada, yang sebagian besar mendokumentasikan hubungan positif. Dalam analisis tambahan, peneliti menemukan bahwa CSR berkaitan dengan dimensi ekonomi dan lingkungan keduanya signifikan positif terkait terhadap penghindaran pajak. Ini berarti bahwa perusahaan yang lebih setia terhadap pemegang saham dan klien mereka, atau mengurangi sumber daya dan emisi, lebih mungkin untuk menghindari pajak.

#### 2. Teori Legitimasi

Teori legitimasi merupakan dasar yang digunakan dalam pengungkapan sosial maupun lingkungan (Bakrmeier, 2007). Teori legitimasi mengatakan bahwa perusahaan berusaha secara terus menerus untuk meyakinkan bahwa segala kegiatan atau aktivitas yang dilakukan sesuai dengan batasan dan norma-norma yang berlaku dalam masyarakat tempat perusahaan beroperasi atau berada. Tujuan legitimasi tidak hanya digunakan untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan saja akan tetapi juga digunakan untuk mempertahankan eksistensi perusahaan dalam jangka panjang. Legitimasi masyarakat merupakan faktor sangat strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Hal itu dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengkonstruksi strategi-strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat. Gray, (1996) dalam Hadi (2011:88) mendefinisikan *legitimacy theory* adalah "A systems-oriented view of organisation and society permits us to focus on the role of information and disclosure in the relationship between organisations, the state, individuals and group".

Dowling dan Pfeffer dalam Hadi (2011:91) menyatakan bahwa aktivitas organisasi perusahaan hendaknya sesuai dengan nilai sosial lingkungannya. Lebih lanjut dinyatakan, bahwa terdapat dua dimensi agar perusahaan memperoleh dukungan legitimasi yaitu:

- 1) Aktivitas organisasi perusahaan harus sesuai (*congruence*) dengan sistem nilai di masyarakat.
- 2) Pelaporan aktivitas perusahaan juga hendaknya mencerminkan nilai sosial.

Pattern (1992) dalam Hadi (2011:92) menyatakan bahwa upaya yang perlu dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mengelola legitimasi perusahaan agar lebih efektif, yaitu dengan cara:

- 1) Melakukan identifikasi dan komunikasi/dialog dengan publik.
- 2) Melakukan komunikasi dialog tentang masalah nilai sosial kemasyarakatan dan lingkungan, serta membangun persepsinya tentang Perusahaan.
- 3) Melakukan strategi legitimasi dan pengungkapan, terutama terkait dengan masalah tanggung jawab sosial (*social responsibility*).

Ghozali dan Chariri (2007) juga menjelaskan bahwa organisasi berusaha menciptakan keadaan dimana sebuah sistem nilai perusahaan berjalan sesuai dengan sistem sosial yang lebih besar dimana perusahaan merupakan bagian dari sistem tersebut. Hal ini dilakukan untuk mendapat legitimasi dari masyarakat sekitar agar sebuah organisasi dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya. Sebuah perusahaan atau organisasi juga dapat mengupayakan sejenis legitimasi dari masyarakat dengan cara melakukan aktivitas tanggung jawab sosial atau yang sering disebut sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan adalah melalui pemerintah. Perusahaan bisa bertanggungjawab sosial kepada masyarakat melalui pemerintah dengan cara membayar beban pajak sesuai dengan ketentuan, dan juga tidak melakukan penghindaran pajak. Karena dana pajak akan digunakan oleh pemerintah untuk melaksanakan tugas Negara di berbagai sektor kehidupan untuk mencapai kesejahteraan umum (Yoehana, 2013).

### 3. Pengertian Pajak

Undang-undang Nomor 28 tahun 2007 Pasal 1 ayat 1 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan menjelaskan pajak adalah penerimaan negara dari wajib pajak yang memiliki sifat memaksa berdasarkan undang-undang dan digunakan untuk keperluan negara demi kesejahteraan rakyat, namun imbalannya tidak dapat dirasakan secara langsung.

Resmi (2015) memaparkan ciri-ciri yang melekat pada definisi pajak, yaitu:

- 1) Pajak dipungut berdasarkan atau dengan kekuatan undang-undang serta aturan pelaksanaannya.
- 2) Dalam pembayaran pajak tidak dapat ditunjukkan adanya kontraprestasi individual oleh pemerintah.
- 3) Pajak dipungut oleh negara, baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah.
- 4) Pajak diperuntukan bagi pengeluaran-pengeluaran pemerintah, yang bila daripemasukannya masih terdapat *surplus*, digunakan untuk membiayai *public investment*.

### 4. Fungsi Pajak

Menurut Suandy (2008) pajak memiliki dua fungsi, yaitu fungsi *budgetair* (sumber keuangan negara atau finansial) dan fungsi *regularend* (pengatur).

- 1) Fungsi *Budgetair* (sumber keuangan negara)

Fungsi pajak memberikan sumbangan terbesar dalam sumber penerimaan negara. Oleh karena itu, pajak merupakan salah satu sumber untuk membiayai pengeluaran rutin maupun pengeluaran pembangunan. Contoh: penerimaan pajak sebagai salah satu sumber penerimaan APBN.

- 2) Fungsi *Regularend* (pengatur)

Pajak berfungsi sebagai alat untuk mengatur masyarakat atau melaksanakan kebijakan akan pemerintah dalam bidang sosial, ekonomi maupun politik dengan tujuan tertentu.

Contoh:

- a. Memberikan insentif pajak (*tax holiday*) untuk mendorong peningkatan investasi dalam negeri maupun investasi asing.
- b. Pengenaan Bea Masuk dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah untuk produk-produk impor tertentu dalam rangka melindungi produk-produk dalam negeri.

- c. Pengenaan tarif pajak nol persen atas ekspor untuk mendorong peningkat ekspor produk dalam negeri.

## 5. Peraturan Perpajakan Indonesia

Sektor perpajakan menempatkan perusahaan sebagai salah satu wajib pajak penyumbang terbesar dalam penerimaan negara. Undang-undang yang mengatur tentang ketentuan umum dan tata cara perpajakan disebutkan dalam UUNo. 28 tahun 2007 yang merupakan perubahan dari UU No. 16 tahun 2000.

Undang-Undang No. 28 tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (KUP) pasal 1 ayat 3, memaparkan bahwa badan merupakan sekumpulan orang atau modal yang merupakan kesatuan yang melakukan usaha atau tidak melakukan usaha meliputi perseroan terbatas, perseroan komanditer, perseroan lainnya, BUMN, BUMD dengan nama dan dengan bentuk apapun, Firma, kongsi koperasi, persekutuan perkumpulan, yayasan, organisasi massa, organisasi politik atau organisasi lainnya, lembaga dan bentuk badan lainnya, termasuk kontrak investasi kolektif dan BUT.

Berikut ini kewajiban Wajib pajak dalam perpajakan:

1. Kewajiban untuk memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan apabila wajib pajak badan melakukan kegiatan penyerahan barang kena pajak dan atau jasa kena pajak dan ekspor barang kena pajak yang terutang, maka Wajib pajak badan tersebut dapat dikukuhkan sebagai pengusaha kena pajak (PKP). Pasal 2 ayat 4 UU No. 28 tahun 2007 menyatakan bahwa Direktorat Jenderal Pajak menerbitkan NPWP dan/atau mengukuhkan PKP secara jabatan apabila Wajib pajak atau PKP tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dan/atau 2.
2. Kewajiban untuk menyelenggarakan pembukuan sebagaimana yang terdapat pada UU No. 28 tahun 2007 pasal 28 ayat 1, yaitu wajib pajak orang pribadi yang melakukan kegiatan usaha atau pekerjaan bebas dan Wajib pajak Indonesia, wajib menyelenggarakan pembukuan.
3. Kewajiban melakukan pemotongan dan pemungutan.
  - a. Kewajiban pajak sendiri (PPh Pasal 25/29),
  - b. Kewajiban memotong atau memungut pajak atas penghasilan orang lain (PPh Pasal 21/26, PPh Pasal 22, PPh Pasal 23/26, dan PPh Final),
  - c. Kewajiban memungut Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan atau Pajak Pertambahan Nilai Barang Mewah (PPn Bm) yang khusus bagi PKP,
  - d. Kewajiban menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT),
  - e. Kewajiban membayar dan menyetorkan pajak,
  - f. Kewajiban membayar faktur pajak.

## 6. Penghindaran Pajak

Penghindaran pajak adalah upaya tindakan perusahaan untuk mengurangi atau meminimalisir beban pajak perusahaan. Pajak merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat melalui pemerintah. Dana hasil pembayaran pajak akan digunakan oleh pemerintah untuk melaksanakan tugas Negara di berbagai sektor kehidupan untuk mencapai kesejahteraan umum (Yoehana, 2013). Menurut Landolf (2006) penghindaran pajak perusahaan merupakan salah satu tindakan yang tidak bertanggung jawab sosial oleh perusahaan. Karena perusahaan yang melakukan penghindaran pajak dianggap tidak memberikan kontribusi kepada pemerintah dalam rangka upaya mencapai kesejahteraan umum.

Pengeluaran-pengeluaran yang dilakukan oleh Wajib Pajak dapat dibebankan antara pengeluaran yang boleh dibebankan sebagai biaya dan pengeluaran yang tidak boleh dibebankan sebagai biaya. Pada prinsipnya biaya yang boleh dikurangkan dari penghasilan bruto adalah biaya yang mempunyai hubungan langsung dengan usaha atau kegiatan untuk mendapatkan, menagih dan memelihara penghasilan yang merupakan objek pajak, yang pembebanannya dapat dilakukan dalam tahun pengeluaran atau selama masa manfaat dari pengeluaran tersebut. Pengeluaran yang tidak boleh dikurangkan dari penghasilan bruto meliputi pengeluaran yang sifatnya adalah pemakaian penghasilan, atau yang jumlahnya melebihi kewajaran.

Penghindaran pajak dalam penelitian ini diproksikan dengan menggunakan *effective tax rates* (ETR), *Effective tax rates* adalah beban pajak dibagi dengan laba sebelum pajak. Menurut Lanis dan Richardson (2012) ETR digunakan sebagai proksi penghindaran pajak karena beberapa alasan,

diantaranya adalah ETR menjadi proksi yang sering digunakan untuk mengukur penghindaran pajak dalam penelitian-penelitian terdahulu seperti penelitian yang dilakukan oleh Millset al. (1998), Rego (2003), dan Dyreng et al. (2008). Rendahnya ETR juga menjadi indikator pertanda dari aktivitas penghindaran pajak oleh perusahaan.

### 7. *Corporate Social Responsibility*

*Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sosialnya. CSR merupakan sebuah komitmen bisnis untuk bertindak etis, berkontribusi dalam pengembangan ekonomi, meningkatkan kualitas hidup pekerja, komunitas lokal, dan masyarakat luas (Holme dan Watts, 2006).

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu faktor penting keberlangsungan hidup sebuah perusahaan (Lanis dan Richardson, 2012). Hal ini karena sebuah perusahaan membutuhkan dukungan para *stakeholder*-nya untuk menjalankan operasional perusahaan. Sementara CSR adalah tindakan sosial sebagai bentuk tanggung jawab sebuah perusahaan terhadap semua *stakeholder*-nya. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu tanggung jawab moral perusahaan terhadap masyarakat (K. Bertens dalam Suparno, 2010). Konsep CSR berbentuk *self-control* (pengendalian diri) daripada pemaksaan tipe perilaku tertentu dari sumber-sumber luar (Kast dan Rosenzweig, 2002).

Karena para pemegang saham telah menginvestasikan sumber daya yang dimilikinya untuk mendukung berbagai aktivitas operasional perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus bekerja semaksimal mungkin untuk memperoleh laba yang maksimal dalam jangka panjang serta berusaha mencari peluang bagi pertumbuhan di masa depan. Selain kepada para pemegang saham, perusahaan juga bertanggung jawab atas para karyawannya, karena kontribusi dan kerja keras para karyawan inilah perusahaan mampu menjalankan segala aktivitas dan meraih kesuksesan. Karena alasan tersebut, perusahaan bertanggungjawab atas kompensasi para karyawannya dan perusahaan sendiri juga harus menyediakan peluang pengembangan karier untuk para karyawannya.

Dengan semakin berkembangnya perusahaan maka akan tersedia lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Perusahaan juga berkewajiban atas usaha-usaha atau aktivitas-aktivitas yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, baik yang berada di sekitar perusahaan maupun yang tidak. Perusahaan juga bertanggungjawab atas pemeliharaan lingkungan tempat perusahaan beroperasi dalam jangka panjang untuk menjamin kelestarian lingkungan saat ini dan generasi masa depan.

### 8. *CSR Disclosure*

*CSR disclosure* atau pengungkapan CSR adalah sebuah bentuk pengkomunikasian CSR yang sudah dilakukan oleh sebuah perusahaan mengenai dampak sosial yang terjadi akibat kegiatan ekonomi perusahaan. Pengungkapan sosial dan lingkungan merupakan proses yang digunakan oleh perusahaan untuk mengungkapkan informasi berkaitan dengan kegiatan perusahaan juga pengaruhnya terhadap kondisi sosial dan lingkungan (Ghozali dan Chaliri, 2007). Oleh karena itu pengungkapan sosial atau pengungkapan CSR memiliki peran yang penting bagi perusahaan. Karena perusahaan hidup di lingkungan masyarakat.

Sejauh ini, belum ada standar khusus yang mengatur pengungkapan CSR (*CSR disclosure*) di Indonesia. Sehingga perusahaan diperbolehkan menyusun sendiri format pelaporan tanggungjawab sosialnya. Pada umumnya perusahaan menggunakan *standar sustainability report* yang dibuat oleh GRI (*Global Reporting Initiative*) sebagai acuan penyusunan pelaporan CSR. Dalam *standar sustainability report* yang dikembangkan oleh GRI terdapat 6 dimensi pelaporan dari pertanggungjawaban sosial perusahaan, yaitu:

1. Ekonomi
2. Lingkungan.
3. Praktek tenaga kerja.
4. Hak asasi manusia.
5. Masyarakat.
6. Tanggung jawab

Indikator pengungkapan tanggung jawab sosial menurut GRI terdiri dari tiga indikator, yaitu indikator kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Aspek kinerja ekonomi meliputi aspek kinerja ekonomi, aspek kehadiran pasar dan aspek dampak tidak langsung. Dalam indikator kinerja lingkungan, terdapat aspek material, energi, air, biodiversitas, emisi, efluen dan limbah. dalam

kinerja sosial meliputi aspek produk dan jasa, aspek kepatuhan, aspek transportasi dan aspek keseluruhan. Indikator sosial berhubungan dengan ketenagakerjaan, hak asasi manusia, masyarakat dan tanggung jawab produk. Dalam hal ketenagakerjaan, aspek yang dinilai yaitu pekerjaan, tenaga kerja/hubungan manajemen, kesehatan dan keselamatan jabatan, pelatihan dan pendidikan, keberagaman dan kesempatan setara.

### 9. *Size*

Ukuran perusahaan merupakan salah satu variabel yang paling sering digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan. Secara umum dapat dilihat bahwa perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi pertanggungjawaban dibandingkan dengan perusahaan kecil. Perusahaan besar mempunyai tingkat risiko yang lebih besar pula dibandingkan dengan perusahaan kecil. Supto (1999) dalam Rakhmawati dan Syafruddin (2011) menyatakan bahwa perusahaan besar umumnya memiliki jumlah aktiva besar, penjualan besar, *skill* karyawan yang baik, sistem informasi yang canggih, jenis produk yang banyak, serta struktur kepemilikan yang lengkap sehingga memungkinkan praktik CSR yang luas. Pengaruh variabel ukuran perusahaan terhadap CSR menurut teori *stakeholder* yaitu semakin besar suatu perusahaan maka akan semakin banyak pihak-pihak yang menjadi bagian dari *stakeholder* perusahaan, sehingga semakin luas jangkauan pertanggungjawaban sosial perusahaan.

Ukuran perusahaan dapat dilihat dari nilai kapitalisasi pasar, total *asset*, penjualan bersih, volume penjualan atau jumlah karyawan. Dalam penelitian ini pengukuran menggunakan total *asset* suatu perusahaan karena dapat menunjukkan seberapa besar perusahaan tersebut.

## 3. Metodologi Penelitian

### Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2016 dengan mengakses situs [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Penelitian ini dilakukan pada bulan April 2018 sampai dengan selesai.

### Populasi dan Sampel

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan (Sanusi, 2016:87). Berdasarkan pengertian tersebut maka yang menjadi populasi didalam penelitian ini adalah seluruh *Manufaktur* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2016. Peneliti memilih perusahaan *Manufaktur* dan tahun pengamatan 2014-2016. Alasan peneliti memilih perusahaan *manufaktur* dalam penelitian ini dikarenakan sector *manufaktur* sebagai salah satu sektor yang penting di Indonesia yang menopang pertumbuhan ekonomi dan juga sumber pendapatan pajak. Pertimbangan yang dilakukan peneliti dalam pemilihan sampel pada penelitian ini adalah:

1. Menerbitkan Laporan Keuangan untuk periode 2014-2016.
2. Laporan keuangan perusahaan *manufaktur* disajikan dalam mata uang Rupiah.
3. Data yang dibutuhkan terkait dengan variabel penelitian disajikan dengan lengkap selama periode 2014-2016.

## Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional

### 3.1 Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah CSR (*Corporate Social Responsibility*). CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah komitmen bisnis untuk bertindak etis, berkontribusi dalam pengembangan ekonomi, meningkatkan kualitas hidup pekerja, komunitas lokal, dan masyarakat luas. Untuk menghitung indeks pengungkapan CSR perusahaan dilakukan dengan cara menghitung dari setiap item CSR dalam instrumen penelitian. Setiap item *i* diberi nilai 1 bila diungkapkan dan 0 bila tidak diungkapkan. Kemudian skor tersebut dijumlah dan dibagi dengan jumlah item dari setiap jenis perusahaan. Rumus pengukuran rasio pengungkapan CSR adalah sebagai berikut:

$$CSR D_i = \frac{\sum X_i}{n}$$



CSRDi : Pengungkapan CSR perusahaan i.  
 $\sum X_i$  : Jumlah item bernilai 1 pada perusahaan i.  
n : Jumlah seluruh item indikator pengungkapan CSR (n=75).

### 3.2 Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah penghindaran pajak. Penghindaran pajak adalah upaya tindakan perusahaan untuk mengurangi atau meminimalisir beban pajak perusahaan. Penghindaran pajak dalam penelitian ini diproksikan menggunakan rasio *effective tax rates* (ETR). ETR dalam penelitian ini hanya menggunakan model utama yang digunakan Lanis dan Richardson (2012), yaitu beban pajak penghasilan dibagi dengan pendapatan sebelum pajak perusahaan. Rasio ETR diukur dengan perhitungan sebagai berikut:

$$ETR = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Pendapatan Sebelum Pajak}}$$

### 3.3 Variabel Moderating

Variabel pemoderasi mempunyai pengaruh ketergantungan yang kuat dengan hubungan variabel terikat dan variabel bebas (Sekaran, 2006). Variabel pemoderasi dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antar variabel. Variabel pemoderasi digunakan karena diduga terdapat variabel lain yang mempengaruhi hubungan CSR dengan *Tax Avoidance*. *Size* perusahaan merupakan besarnya kecilnya perusahaan dilihat dari berbagai aspek.

Total asset yang ditransformasikan dalam logaritma bertujuan untuk menyamakan dengan variabel lain karena total asset perusahaan relatif besar dibandingkan dengan variabel-variabel lain, sehingga dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$SIZE = Ln \text{ Total Aset}$$

Keterangan:

Size = Ukuran Perusahaan

Ln = Logaritma Natural

### Teknik Analisis Data

Teknik analisis data mendeskripsikan teknik analisis apa yang akan digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan, termasuk pengujiannya (Sanusi, 2016:115). Data yang telah dikumpulkan kemudian diolah dan dianalisis untuk memperoleh jawaban atas permasalahan yang timbulnya dalam penelitian ini. Metode analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan analisis statistik yang menggunakan *Software SPSS (Statistical Package for Sosial Science)*.

1. Statistik Deskriptif
2. Uji Asumsi Klasik
3. Uji Multikolinieritas
4. Uji Autokorelasi
5. Uji Heteroskedastisitas

### Analisis Regresi

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier dan berganda, dikarenakan dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, juga penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan adanya suatu variabel pemoderasi. Model yang digunakan dalam pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Analisis Regresi Linier:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + \epsilon$$

Keterangan:

Y	= Tax Avoidance
$\alpha$	= Konstanta
b1	= Koefisien regresi
X1	= Corporate Social Responsibility
$\epsilon$	= error

### Analisis Regresi Berganda

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_1X_2 + \epsilon$$

Keterangan:

Y	= Tax Avoidance
$\alpha$	= Konstanta
b1,b2	= Koefisien regresi
X1	= Corporate Social Responsibility
X <sub>2</sub>	= Size Perusahaan
$\epsilon$	= error

## 4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

### 4.1. Analisis Statistik Deskriptif

Berdasarkan hasil analisis deskripsi statistik, maka berikut di dalam Tabel 4.3 akan ditampilkan karakteristik sampel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi : jumlah sampel (N), rata-rata sampel (*mean*), nilai maksimum, nilai minimum serta standar deviasi untuk masing-masing variabel.

**Tabel 4.3**  
**Deskripsi Variabel Penelitian**

	<u>N</u>	<u>Minimum</u>	<u>Maximum</u>	<u>Mean</u>	<u>Std. Deviation</u>
Tax_Avo	78	,03	,54	,2662	,09410
Ln_Aset	78	25,62	33,20	28,3363	2,00873
CSR	78	,11	,39	,2460	,06495
Valid N (listwise)	78				

Sumber :Hasil Pengujian (Lampiran B.1)

Data rasio *Tax Avoidance*, data minimum (terendah) adalah 0,03% yaitu PT. INCI pada tahun 2014 dan yang maksimum (tertinggi) adalah 0,54% yaitu PT. SKBM pada tahun 2016. Kemudian rata-rata *Tax Avoidance* sebesar 0,2662%. Sementara standar deviasi sebesar 0,09410%. Data rasio logaritma natural total aset, data minimum (terendah) adalah 25,62% yaitu PT. LMSH pada tahun 2015 dan yang maksimum (tertinggi) adalah 33,20% yaitu PT. ASII pada tahun 2016. Kemudian rata-rata logaritma natural total aset sebesar 28,3363%. Sementara standar deviasi sebesar 2,00873%.

### 4.2 Uji Normalitas

“Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dapat dipenuhi bila nilai signifikan > 0,05 berarti distribusi data normal dan sebaliknya bila nilai signifikan < 0,05 berarti distribusi tidak normal” (Ghozali, 2011 :160).

Berikut ini tabel uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* (K-S).

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov**

Unstandardized Residual		
N		78
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	,08591199
Most Extreme Differences	Absolute Positive	,122
	Negative	-,089
Kolmogorov-Smirnov Z		1,080
Asymp. Sig. (2-tailed)		,194

Sumber : Hasil Pengujian (Lampiran B.1)

#### 4.5 Analisis Regresi

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Regresi Linier Sederhana**

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
Beta				
(Constant)	,126	,039	3,243	,002
CSR	,569	,153	,393	3,727

Sumber : Hasil Pengujian (Lampiran B.3)

Tabel di atas menunjukkan hasil pengujian data dengan regresi berganda pada tingkat signifikansi 5%. Dari hasil perhitungan regresi berganda di atas pada kolom B dapat diperoleh model regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 0,126 + 0,569X_1 + e$$

Keterangan:

- Y = Tax Avoidance
- 0,126 = Konstanta
- X<sub>1</sub> = Corporate Social Responsibility

## 5. Kesimpulan Dan Saran

### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan dalam Bab IV, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah : *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *tax avoidance* dengan nilai signifikansi 0,000. Hal ini menjelaskan bahwa banyaknya kegiatan *Corporate social responsibility* akan mendorong perusahaan untuk semakin terbuka dalam mengungkapkan kegiatan *Corporate social responsibility*. Hal ini menunjukkan perusahaan memiliki tanggung jawab sosial yang tinggi. *Size* (ukuran perusahaan) dapat menjadi pemoderasi yang memperkuat pengaruh *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *tax avoidance* dengan nilai signifikansi 0,001. Hal ini menjelaskan bahwa semakin besar *size* (ukuran perusahaan) akan meningkatkan pengawasan pihak eksternal perusahaan terhadap suatu perusahaan dan juga akan meningkatkan interaksi perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya.

## 5.2. Saran

Dengan memperhatikan keterbatasan yang ada, diharapkan penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan saran-saran berikut: (1) Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti Manajemen Laba, Struktur Kepemilikan serta dapat menggunakan proksi pengukuran lain terkait *tax avoidance* dan *corporate social responsibility* yang dianggap dapat menggambarkan keadaan sebenarnya dalam mengukur kinerja perusahaan. (2) Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan data periode yang lebih panjang, sehingga diharapkan dapat menggambarkan kondisi yang sebenarnya dari pengaruh variabel-variabel yang digunakan dengan lebih baik dan konsisten. (3) Peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti pada jenis perusahaan yang lain, seperti sektor keuangan, perbankan, pertambangan, dan lain-lain, sehingga dapat diketahui dengan secara spesifik variabel-variabel yang mempengaruhi kinerja perusahaan pada tiap jenis perusahaan.

## Daftar Pustaka

- Antara. 2016. Kepatuhan Penyampaian Pajak Indonesia Rendah. <https://m.tempo.co>. 12 November 2016 (10:20).
- Anwar, Sanusi. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Ardyansah, D dan Zulaikha. (2014). Pengaruh size, profitabilitas, capital intensity ratio dan komisaris independen terhadap effective tax rate (ETR). *Diponegoro Journal of Accounting*, Vol.3, No.2, Hal.1-9.
- Bani, N.N dan Wahyu, M. (2015). Pengaruh social responsibility, ukuran perusahaan profitabilitas, leverage, dan capital intensity terhadap agresivitas pajak. *Diponegoro Journal of Accounting*, Vol. 4, No. 4, Hal. 114.
- Barkemeyer. (2007). *Legitimacy as a Key Driver and Determinant of CSR in Developing Countries*. Paper For the 2007 Marle Curle Summer School on Earth System Governance, Amsterdam.
- Crowther, Jonathan (ed.), 1995, *Oxford Advanced Learner's Dictionary*, New York: Oxford University Press
- Diantari, P dan Agung, U. (2016). Pengaruh komite audit, proporsi komisaris independen, dan proporsi kepemilikan institusional terhadap tax avoidance. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* Vol.16.1, No.702-732, ISSN: 2302-8556.
- Dyreg, S, D. Hanlon, Michelle. Maydew, E.L. (2008). Long-Run Corporat Tax Avoidance. *The Accounting Review*, 83(1), 61-82.
- Effendi, M. A. 2016. *The Power of Good Corporate Governance: Teori dan Implementasi*. Edisi Dua. Salemba Empat. Jakarta.
- Ghozali, Imam dan Anis Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Edisi Ketiga. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gjozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analsis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, N. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Edisi Pertama. Graha Ilmu Yogyakarta.
- Hoi, C.K., Wu, Q., & Zhang, H. (2013). *Is corporate social responsibility (CSR) associated with tax avoidance? Evidence from irresponsible CSR activities*. *The Accounting Review*, 88(6), 2025–2059. <http://doi.org/10.2308/accr50544>
- Holme, L. and Watts, P. 2006. Human Right and Corporate Social Pesponsibility. World Business. *Council for Sustainable Development, Geneva*.
- Hutagol, J. (2007). *Perpajakan: isu-isu kontemporer*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Jos Van Renselaar. 2016. *The influence of corporate social responsibility on the level of corporatetax avoidance*. *Business and Economics*. Uppsala University.
- Kast, Fremont E, James E, Rosenzweig. 2002. *Organisasi dan Manajemen*. penterjemah A. Hasim Ali, Jakarta: Bumi Aksara.
- Kuriah, H. (2016). Analisis empiris penaruh aktivitas *corporate social responsibility* (CSR ) terhadap penghindaran pajak. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol.5, No, 3.
- Laguir, I., Stagliano, R., Elbaz, J., 2015. *Does corporate social responsibility affect corporate taxaggressiveness?* *Journal of Cleaner Production* 107, 662-675.
- Landolf, Urs. 2006. *Tax and Corporate Responsibility*. *International Tax Review*. 17.08.2006.

- Lanis, R and Richardson. (2011). *The effect of board of director composition on corporate tax aggressiveness. Australia: Journal Account. Public Policy* 30 (2011) 50–70.
- Lanis, R., dan Richardson, G. 2012. Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness : an Empirical Analysis. *Journal of Accounting and Public Policy*. pp. 86-108.
- Mardiasmo. (2009). *Perpajakan edisi revisi*. Yogyakarta: Andi.
- Mills, L. F., Erickson, M, dan Maydew, E.L. (1998). *Investment in Tax Planning*. The Journal of The American Taxation Association, 20(1),1-20
- Muzakki, M.R (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Capital Intensity Terhadap Penghindaran Pajak. Semarang: Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- O'Donovan, 2002. Environmental Disclosure in the Annual Report: Extending the Applicability and Predictive Power of Legitimacy Theory, Accounting, Auditing and Accountability Journal, Vol.15, No.3,pp.344-371.
- Pudiyatmoko, Y. S. 2009. *Pengantar Hukum Pajak. Edisi Revisi*. Andi. Yogyakarta.
- Purnasiwi, J (2011). Analisis Pengaruh Size, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Semarang Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Purwanto, Agus. 2011. "Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility". *Jurnal Akuntansi & Auditing*, Volume 8/No.1/November 2011, hal1-94
- Rakhmawati, D. dan M. Syafruddin. 2011. Pengaruh Struktur Kepemilikan, Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Perusahaan BUMN dan non BUMN terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR Disclosure) pada perusahaan di BEI tahun 2009. *Tesis*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Rego, S.O. (2003). Tax Avoidance Activities of U.S. Multinational Corporation. *Contemporary Accounting Research*. 20 (4). 805–833.
- Sanusi, A. 2016. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Cetakan ke-6. Jakarta: Salemba Empat
- Sekaran, U. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Cetakan ke-4. Jakarta: Salemba Empat
- Sembiring. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial : Study Empiris pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Symposium Nasional Akuntansi 8*. Universitas Negeri Sebelas Maret.
- Siti, R. (2015). *Perpajakan teori dan kasus*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suandy, E. (2008). *Perencanaan pajak Ed.4*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suparnyo. 2010. *Corporate Social Responsibility Teori dan Praktik*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Tjondro, Elisa; Widuri, Ratnaningtyas; dan Katopo, Jacqueline Maria. 2016. Kualitas Corporate Social Responsibility dan Penghindaran Pajak dengan Kinerja Laba Sebagai Moderator. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 18 (2): 105-118.
- Undang-Undang No. 28 tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.
- Undang-Undang No. 36 tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan.