

## PENGARUH PROFITABILITAS DAN PENGUNGKAPAN CORPORATE SOSIAL RESPONSIBILITY TERHADAP PENGHINDARAN PAJAK

**Tutut Rina Apriani**  
*Tututrinaap.ra@gmail.com*  
**Sugeng Praptoyo**

**Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya**

### ABSTRACT

*This research is aimed to analyze and to test the influence of profitability and CSR disclosure to the tax evasion.. While the sample research using manufacturing industry sector of consumer goods listed on the Indonesia Stock Exchange period 2014-2016. Data collection techniques in this study using an annual report. Data types use documentary data. The research method is quantitative, while the analysis technique using multiple linear regression analysis. The result of the research shows that the coefficient of determination is 27.7%, and each of the profitability and disclosure variables of CSR has a significant influence on tax avoidance. Profitability variables have a positive and significant impact on tax evasion, which means profitability is an indicator that reflects the company's financial performance, the greater the profits obtained by the company, so the tax burden is lower, and CSR disclosure has a negative and significant effect on tax avoidance, running CSR acts aggressively against taxes, it will make the company lose its reputation in the eyes of stakeholders and will eliminate the positive impact associated with CSR activities that have been done.*

*Keywords: Profitability, Corporate Sosial Responsibility, tax avoidance*

### ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh profitabilitas dan pengungkapan CSR terhadap penghindaran pajak. Sedangkan sampel penelitian menggunakan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan *annual report*. Jenis data menggunakan data dokumenter. Metode penelitian yaitu kuantitatif, sedangkan teknik analisa menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian menunjukkan nilai koefisien determinasi sebesar 27,7%, dan masing-masing dari variabel profitabilitas dan pengungkapan CSR mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penghindaran pajak. Variabel profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap penghindaran pajak, yang artinya profitabilitas merupakan suatu indikator yang mencerminkan performa keuangan perusahaan, semakin besar laba yang diperoleh perusahaan, sehingga beban pajakpun semakin rendah, dan pengungkapan CSR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penghindaran pajak, yang artinya perusahaan yang menjalankan CSR bertindak agresif terhadap pajak, maka akan membuat perusahaan tersebut kehilangan reputasi di mata *stakeholdernya* dan akan menghilangkan dampak positif yang terkait dengan kegiatan CSR yang telah dilakukan.

*Kata kunci: Profitabilitas, Corporate Social Responsibility, Effective Tax Rate*

### PENDAHULUAN

Pajak dari aspek ekonomi merupakan peralihan kekayaan dari wajib pajak ke kas negara yang dianggap sebagai suatu pengurangan kekayaan. Apabila pajak tersebut di pandang sebagai suatu pengurangan kekayaan maka sekaligus juga dapat dirasakan sebagai suatu yang dapat mengurangi kenikmatan, mengurangi kesejahteraan masyarakat, bahkan dapat dianggap juga mengurangi hak individu yang bersangkutan, serta dipandang sebagai sesuatu yang membebani bagi wajib pajak. Dengan adanya hal tersebut maka secara ilmiah

orang atau wajib pajak akan berusaha untuk tidak memenuhi kewajibannya, atau mengurangi pemenuhan kewajiban tersebut salah satunya dengan cara penghindaran pajak (*tax avoidance*). Penghindaran pajak (*tax avoidance*) dijelaskan oleh Suandy (2011:21) yang menyatakan bahwa penghindaran pajak adalah suatu usaha pengurangan secara legal yang dilakukan dengan cara memanfaatkan ketentuan – ketentuan dibidang perpajakan secara optimal seperti, pengecualian dan pemotongan-pemotongan yang diperkenankan maupun manfaat hal-hal yang belum diatur dan kelemahan-kelemahanyang ada dalam peraturan-peraturan yang berlaku.

Menurut Menteri Keuangan Republik Indonesia Sri Mulyani dalam Antara News (2016) mengatakan bahwa penerimaan pajak pemerintah dalam beberapa tahun terakhir jauh dibawah target, dan kepatuhan wajib pajak untuk melaporkan hartanya masih rendah, sehingga membuat rasio pajak menjadi kecil. Pada tahun 2017 terjadi kasus yang serupa pada PT Toyota Motor Manufacturing yang melakukan transfer pricing dengan modus memindahkan keuntungan berlebih pada negara lain, sehingga pajak pada PT Toyota Manufacturing menetapkan pajak yang lebih rendah (Kompasiana.com). Pajak bukan dilahirkan dari sebuah perjanjian, tetapi menggunakan dasar undang-undang. Jadi rakyat disini sebagai pihak yang memiliki harta (kekayaan) yang akan dialihkan ke kas negara telah memberikan persetujuannya melalui wakil-wakil mereka yang duduk di Dewan Perwakilan Rakyat (DPR). Apabila rakyat telah setuju dan mengizinkan dikenakan pajak, atau sebagian kekayaan yang ada padanya dialihkan ke kas negara maka tentunya hal tersebut dapat dilaksanakan oleh rakyat atau wajib pajak. Jika kemudian rakyat tidak memenuhi kewajiban yang telah disetujui tersebut maka hal seperti ini dapat dilakukan upaya penagihan.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perusahaan dalam usahanya untuk membayar pajak. Besar kecilnya perusahaan dapat mempengaruhi pendapatan laba (*profitability*), sehingga berpengaruh pula terhadap pembayaran pajak. Memaksimalkan keuntungan merupakan tujuan dari setiap perusahaan. Profitabilitas yang merupakan gambaran kinerja keuangan perusahaan dalam menghasilkan laba dari pengeloan aktiva yang dikenal dengan *Return on Asset* (ROA). ROA yang positif menunjukkan bahwa dari total aktiva yang dipergunakan untuk beroperasi perusahaan mampu memberikan laba bagi perusahaan. ROA merupakan salah satu indikator yang mencerminkan performa keuangan perusahaan, semakin tinggi nilai ROA, maka akan semakin bagus juga performa perusahaan tersebut.

Penelitian yang pernah dilakukan mengenai pengaruh Profitabilitas terhadap penghindaran pajak telah banyak ditemui oleh beberapa peneliti dengan hasil yang berbeda-beda. Salah satunya oleh Maharani dan Suardana (2014) yang menyatakan bahwa perusahaan yang memperoleh laba diasumsikan tidak melakukan *tax avoidance* karena mampu mengatur pendapatan dan pembayaran pajaknya. Mustikasari (2007) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepatuhan perusahaan untuk melaporkan jumlah beban pajaknya kepada pemerintah. Yoehana (2013) mengatakan bahwa semakin tinggi nilai profitabilitas yang dimiliki oleh perusahaan maka semakin rendah agresivitas pajak yang dilakukan suatu perusahaan.

Perusahaan yang berperilaku *tax avoidance* atau penghindaran pajak dianggap tidak bertanggung jawab secara sosial. Menurut *World Bank Group* tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Sosial Responsibility* disebut sebagai komitmen bisnis berkelanjutan yang berkontribusi bagi ekonomi dan berpengaruh pada lingkungan sekitar dan masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas sarana dan keberlangsungan hidup masyarakat. Dari definisi tersebut dapat dijelaskan bahwa pajak dan CSR sama-sama ditujukan untuk kesejahteraan umum. Namun perbedaannya terletak pada pengelolaannya, pajak dikelola oleh pemerintah pusat maupun pemerintah daerah yang

kemudian didistribusikan kepada masyarakat umum, sedangkan biaya pelaksanaan CSR dikelola oleh perusahaan yang kemudian akan didistribusikan kepada masyarakat umum.

Menurut Hidayati (2017) dalam penelitiannya menyatakan bahwa pengungkapan CSR dapat meningkatkan penghindaran pajak. Hal ini dikarenakan beberapa item CSR memang merupakan pengeluaran yang dapat dibebankan sebagai biaya yang dapat mengurangi Penghasilan Kena Pajak. *Corporate Sosial Responsibility* didefinisikan sebagai “bagaimana perusahaan memperhitungkan dampak sosial dan lingkungan dalam cara perusahaan tersebut beroperasi, memaksimalkan manfaat dan meminimalkan kerugian” (Pemerintah UK dalam KPMG, 2007). Sementara Undang-undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007 pasal 1 ayat 3 menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. CSR dianggap sebagai faktor kunci dalam suatu keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan. Akan tetapi, tingkat keterlibatan perusahaan dalam mengungkapkan CSR adalah tidak wajar.

Menurut pendapat Susiloadi (2008) terdapat dua aspek penting yang harus diperhatikan agar tercipta kondisi sinergis antara perusahaan dan masyarakat sehingga keberadaan perusahaan membawa perubahan kearah perbaikan dan peningkatan taraf hidup masyarakat. Dari sisi ekonomi, perusahaan diharuskan berorientasi mendapatkan keuntungan dan dari aspek sosial, perusahaan diharuskan memberikan pengaruh secara langsung kepada masyarakat yaitu dengan meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungannya yang lebih baik. Perusahaan tidak hanya dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada perolehan laba perusahaan semata, tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungan sekitarnya. Pengungkapan CSR sebagai sarana untuk mengembangkan teori legitimasi atau keberlangsungan usaha dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya, sebuah perusahaan (melalui manajemen) menyediakan informasi CSR sebagai bagian dari interaksi dengan masyarakat dan mendapatkan pengakuan yang baik dari masyarakat. Teori legitimasi menunjukkan bahwa ketika ada perbedaan antara perilaku perusahaan dengan harapan masyarakat, manajemen menyediakan media pengungkapan seperti laporan tahunan untuk membantu meringankan kekhawatiran masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Masuknya informasi CSR dalam laporan ini dimaksudkan untuk mengurangi perhatian publik dan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memenuhi harapan masyarakat (Deegan, 2000).

Kajian tentang hubungan penghindaran pajak dengan *Corporate Sosial Responsibility* telah dilakukan oleh beberapa peneliti dengan hasil yang berbeda-beda. Adiningtias (2016) melakukan penelitian untuk menguji dan mencari bukti apakah *Corporate Sosial Responsibility* berpengaruh pada penghindaran pajak. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Corporate Sosial Responsibility* berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak perusahaan. Perusahaan dengan *Corporate Sosial Responsibility* yang tinggi berarti memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi sehingga perusahaan mengurangi penghindaran pajak karena dianggap tidak bertanggung jawab secara sosial. Semakin besar atau kecil pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap praktik penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mempertimbangkan pengaruh profitabilitas dan pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* terhadap penghindaran pajak. Penelitian ini dilakukan dalam kelompok perusahaan manufaktur yang tergabung dalam sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari periode 2014-2016. Sektor industri barang konsumsi menurut BEI terdiri dari 5 sub sektor industri yaitu subsektor makanan dan minuman, subsektor rokok, subsektor farmasi, subsektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga, dan subsektor peralatan rumah tangga. Kelompok industri barang konsumsi dipilih sebagai perusahaan yang diteliti dengan

mempertimbangkan persaingan yang tinggi, sehingga menuntut kinerja perusahaan yang selalu prima agar unggul dalam persaingan. Alasan lain memilih industri barang konsumsi karena industri ini menyediakan kebutuhan primer manusia yang menjadi prioritas utama konsumen, maupun kebutuhan sekunder yang dapat mendukung kebutuhan primer manusia.

Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya disini dilakukan pada tahun periode laporan keuangan tahunan dari tahun 2014-2016 pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), selain itu proksi penghindaran pajak dalam penelitian ini menggunakan *Current Effective Tax Rate (CETR)*. Penelitian ini berfokus pada dua variabel independen yang memiliki pengaruh terhadap penghindaran pajak yaitu profitabilitas dan pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*. Penelitian ini untuk menguji kembali hipotesis penelitian sebelumnya dan penelitian ini diharapkan mampu menambah bahan informasi untuk melengkapi penelitian-penelitian sebelumnya tentang penghindaran pajak perusahaan, serta sebagai dasar untuk penelitian serupa dimasa mendatang. Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut: Apakah profitabilitas dan pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* berpengaruh terhadap penghindaran pajak? Sesuai latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah: Untuk membuktikan secara empiris pengaruh profitabilitas dan pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* terhadap Penghindaran Pajak.

## TINJAUAN TEORITIS

### Teori Legitimasi

Teori Legitimasi merupakan sebuah teori yang berfokus pada interaksi antara perusahaan dengan para stakeholder. Perusahaan memerlukan legitimasi atau pengakuan dari investor, kreditor, konsumen, pemerintah maupun masyarakat agar mampu mempertahankan kelangsungan hidupnya. Kesadaran perusahaan bahwa kelangsungan hidup perusahaan sangat tergantung pada hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan, maka sesuai dengan teori legitimasi perusahaan dituntut untuk mampu melakukan aktivitasnya sesuai dengan nilai-nilai justice dan batasan-batasan norma yang berlaku di masyarakat. Legitimasi masyarakat merupakan strategi yang dilakukan oleh pihak manajemen untuk mengembangkan perusahaan dalam menumbuhkan kepercayaan publik. Teori ini menjelaskan adanya kontak sosial antara perusahaan dengan masyarakat dan pengungkapan sosial lingkungan (Lanis dan Richardson, 2013). Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun nonfisik (Hadi, 2011:87). Legitimasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Sehingga, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*) (Donovan dan Gibson, 2000:365). Hadi (2011:91) menyatakan bahwa aktivitas organisasi perusahaan hendaknya sesuai dengan nilai sosial lingkungannya. 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 harus mencerminkan nilai sosial. Lako (2011:5) menyatakan bahwa dalam perspektif teori legitimasi, perusahaan dan komunitas sekitarnya memiliki relasi sosial yang erat karena keduanya terikat dalam suatu "*sosial contact*". Teori kontak sosial menyatakan bahwa keberadaan perusahaan dalam suatu area karena didukung secara politis dan dijamin oleh regulasi pemerintah yang juga merupakan representasi dari masyarakat. Dengan demikian, ada kontak sosial secara tidak langsung antara perusahaan dengan masyarakat dimana masyarakat memberi *cost* dan *benefit* untuk berkelanjutan suatu korporasi. Teori legitimasi lebih lanjut menunjukkan bahwa sebuah perusahaan yang agresif pajak akan

mengungkapkan informasi tambahan yang terkait dengan kegiatan CSR di berbagai bidang dalam mencoba untuk meringankan kekhawatiran publik seperti, menunjukkan bahwa telah memenuhi kewajibannya untuk masyarakat atau untuk mengubah harapan masyarakat tentang aktivitasnya (Deegan, 2000).

### **Teori Stakeholder**

Ghozali dan Chariri (2007), menyatakan bahwa kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan stakeholder dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Makin powerful stakeholder, makin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan stakeholdernya. Organisasi mungkin menganut strategi yang aktif atau pasif. Perusahaan yang menganut strategi aktif akan berusaha mempengaruhi hubungan organisasinya dengan *stakeholder* yang dipandang berpengaruh. Sebaliknya jika perusahaan menganut strategi pasif maka cenderung tidak terus menerus mengawasi aktivitas *stakeholder* dan secara sengaja tidak mencari strategi optimal untuk menarik perhatian stakeholdernya. Kurangnya perhatian terhadap *stakeholder* (dalam strategi pasif) akan mengakibatkan rendahnya tingkat pengungkapan informasi sosial dan rendahnya kinerja sosial suatu perusahaan (Ghozali dan Chariri, 2014:440). William dan Siegel (2001) suatu perusahaan melalui berbagai kegiatan dan kebijakan operasi yang dilakukannya memberikan dampak kepada berbagai kelompok pemangku kepentingan, sehingga dengan demikian perusahaan mungkin memenuhi tuntutan-tuntutan dari kelompok-kelompok ini untuk memenuhi tanggung jawabnya. Berdasarkan asumsi *stakeholder theory*, perusahaan tidak dapat melepaskan diri dengan lingkungan sosial (*social setting*) sekitarnya. Teori ini menekankan untuk mempertimbangkan kepentingan, kebutuhan dan pengaruh dari pihak-pihak yang terkait dengan kebijakan dan kegiatan operasi perusahaan, terutama dalam pengambilan keputusan perusahaan. Manajemen *stakeholder* yang baik akan mengungkapkan informasi CSR dengan baik.

### **Profitabilitas**

Salah satu tujuan utama yang ingin dicapai oleh perusahaan profit ialah keuntungan, yang mana keuntungan tersebut dapat diperoleh dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki perusahaan. Pada umumnya, rasio keuangan digunakan sebagai tolak ukur bagaimana kondisi kesehatan perusahaan, termasuk kondisi finansial. Profitabilitas merupakan tingkat keuntungan perusahaan yang diukur dengan menggunakan rasio profitabilitas, berikut pengertian rasio profitabilitas: Kasmir (2014:196) : Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Harahap (2011:304). Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau nilai akhir operasional perusahaan selama periode tertentu. Mardiyanto (2009) menjelaskan bahwa dalam akuntansi dikenal beberapa rasio profitabilitas: (1) Rasio Margin Laba (*Profit Margin - PM*); (2) Rasio Kemampuan Dasar Menghasilkan Laba (*Basic Earning Power Ratio/Operating Return On Asset*); (3) Rasio Tingkat Pengembalian Total Aktiva (*Return On Asset - ROA*); (4) Rasio Tingkat Pengembalian Total Ekuitas (*Return On Equity - ROE*).

Penelitian ini menggunakan *Return on Assets (ROA)* untuk mengukur tingkat profitabilitas perusahaan. Karena ROA menunjukkan efektifitas perusahaan dalam mengelola aktiva baik modal sendiri maupun dari modal pinjaman, investor akan melihat seberapa efektif perusahaan dalam mengelola aset. Dalam analisis laporan keuangan, rasio ini paling sering disoroti, karena mampu menunjukkan keberhasilan perusahaan menghasilkan keuntungan. ROA mampu mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada masa lampau untuk kemudian diproyeksikan di masa yang akan datang.

Aset atau aktiva yang dimaksud adalah keseluruhan harta perusahaan, yang diperoleh dari modal sendiri maupun dari modal asing yang telah diubah perusahaan menjadi aktiva-aktiva perusahaan yang digunakan untuk kelangsungan hidup perusahaan. Semakin tinggi ROA, semakin tinggi keuntungan perusahaan sehingga semakin baik pengelolaan aset perusahaan. Rasio profitabilitas dapat diketahui bagaimana tingkat profitabilitas perusahaan. Setiap perusahaan menginginkan tingkat profitabilitas yang tinggi. Untuk dapat melangsungkan hidupnya, perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan (*profitable*). Apabila perusahaan berada dalam kondisi yang tidak menguntungkan, maka akan sulit bagi perusahaan untuk memperoleh pinjaman dari kreditor maupun investasi dari pihak luar. Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan yang terpenting adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal, di samping hal-hal lainnya. Dengan memperoleh laba yang maksimal seperti yang telah ditargetkan, perusahaan dapat berbuat banyak bagi kesejahteraan pemilik dan para anggotanya serta meningkatkan mutu produk dan melakukan investasi baru. Oleh karena itu, manajemen perusahaan dalam praktiknya dituntut harus mampu untuk memenuhi target yang telah ditetapkan.

### ***Corporate Sosial Responsibility***

Undang-undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007 pasal 74 menyatakan Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran, Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Konsep *triple bottom line* yang dipopulerkan oleh John Elkington pada tahun 1997 melalui bukunya *Cannibals with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business* dalam Effendi (2016:163) memberikan pandangan bahwa perusahaan yang berkelanjutan haruslah memperhatikan 3P (*profit, people and planet*). Selain mengejar *profit*, perusahaan juga harus memperhatikan dan ikut terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*), dan serta turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Semakin besar investasi perusahaan pada *corporate sosial responsibility* (CSR), maka semakin besar manfaat ekonomi yang dihasilkan. Meskipun CSR dalam jangka pendek dapat menguras kas dan menurunkan laba, tetapi dalam jangka panjang ternyata mendatangkan manfaat ekonomi bagi perusahaan. Manfaat ekonomi tersebut antara lain : 1) sebagai investasi sosial yang menjadi sumber keunggulan kompetitif bagi perusahaan dalam jangka panjang, 2) memperkuat profitabilitas dan kinerja keuangan perusahaan, 3) meningkatkan akuntabilitas dan apresiasi positif dari komunitas investor, kreditor, pemasok dan konsumen, 4) meningkatkan komitmen, etos kerja, efisiensi dan produktifitas karyawan, 5) meningkatkan citra dan reputasi perusahaan, 6) menurunnya kerentanan gejolak sosial dan resistensi dari komunitas sekitarnya karena diperhatikan serta dihargai perusahaan, 7) meningkatkan reputasi, goodwill dan nilai perusahaan dalam jangka panjang (Lako, 2011:8). Definisi *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) menurut *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) merupakan suatu komitmen berkelanjutan usaha untuk bertindak secara etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat secara luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjanya beserta seluruh keluarganya. Sedangkan menurut ISO 26000, CSR merupakan tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, dengan mempertimbangkan harapan serta penghormatan

terhadap pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional, serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh dan penghormatan terhadap HAM.

Said (2015:3) menyatakan bahwa : Kewajiban sosial swasta atau perusahaan kepada masyarakat dan pemerintah sebagai dampak dari ekspansi bisnisnya yang dimungkinkan telah mengganggu keseimbangan lingkungan dan sosial kemasyarakatan dimana mereka menjalankan aktifitasnya. CSR digunakan sebagai upaya sungguh-sungguh dari entitas atau perusahaan bisnis untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pengguna kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial dan lingkungan agar mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan di masa yang akan datang. Tanggung jawab sosial merupakan bentuk kepedulian dari perusahaan. Dasar pemikiran akuntansi untuk pertanggungjawaban sosial yang sedang menjadi perhatian peneliti adalah perkembangan hubungan organisasi dengan masyarakat. Pada sisi lain, ikatan profesi belum menetapkan standar-standar yang berkaitan dengan akuntansi pertanggungjawaban sosial. Namun demikian, akuntansi untuk pertanggungjawaban sosial telah mengarah pada proses komunikasi pengaruh sosial dan lingkungan kegiatan ekonomi organisasi kepada kelompok kepentingan tertentu dalam masyarakat dan kepada masyarakat luas (Gray *et al.*,1996:59).

### **Pengungkapan CSR (CSR Disclosure)**

CSR disclosure atau pengungkapan CSR adalah sebuah bentuk pengkomunikasian CSR yang sudah dilakukan oleh sebuah perusahaan mengenai dampak sosial yang terjadi akibat dari kegiatan ekonomi perusahaan. Pengungkapan sosial dan lingkungan merupakan proses yang digunakan oleh perusahaan untuk mengungkapkan informasi terkait dengan kegiatan perusahaan juga pengaruhnya terhadap kondisi sosial dan lingkungan (Ghozali dan Chariri, 2007). Pengungkapan CSR perusahaan dapat melalui berbagai macam media seperti laporan tahunan dan website perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada para stakeholder dan juga untuk menjaga reputasi perusahaan. Sebagian perusahaan bahkan menganggap bahwa mengkomunikasikan kegiatan atau program CSR sama pentingnya dengan kegiatan CSR sendiri. Dengan mengkomunikasikan CSR-nya, makin banyak masyarakat yang mengetahui investasi sosial perusahaan sehingga tingkat risiko perusahaan menghadapi gejolak sosial akan menurun (Yoehana, 2013: 30). Pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan merupakan suatu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomis maupun politis (Sayekti dan Wondabio, 2007). Proses mengkomunikasikan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dengan kegiatan masyarakat secara keseluruhan merupakan suatu bentuk pengungkapan CSR yang sering disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting* maupun *social accounting* (Sudana dan Arlindania, 2011). Di Indonesia, sampai sejauh ini masih belum ada standart khusus yang mengatur tentang pelaporan pertanggungjawaban sosial (CSR disclosure). Hal ini dikarenakan sulitnya mengukur biaya dan manfaat sosial perusahaan di masa yang akan datang. Sehingga suatu perusahaan dapat merancang sendiri bentuk laporan pertanggungjawaban sosialnya kepada publik atau dengan menggunakan pedoman yang telah umum digunakan oleh perusahaan tersebut.

### **Penghindaran Pajak**

Sektor pajak merupakan sumber pendapatan negara sehingga kejujuran wajib pajak dalam melaksanakan kewajibannya membayar pajak sangat diperlukan. Ditambah lagi sistem yang dianut perpajakan di Indonesia adalah sistem self assesment, yang memberikan kepercayaan penuh kepada wajib pajak untuk menghitung, melaporkan, dan

membayar sendiri pajak terutang. Kepatuhan wajib pajak sangat perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan sistem perpajakan yang dianut di Indonesia. Jayanto (2011) mendefinisikan kepatuhan pajak sebagai suatu keadaan dimana wajib pajak memenuhi semua kewajiban perpajakan hingga melaksanakan hak perpajakannya, sedangkan ketidakpatuhan pajak merupakan keadaan dimana wajib pajak tidak memenuhi semua kewajiban perpajakan serta hak perpajakannya. Sikap wajib pajak terhadap ketidakpatuhan pajak berpengaruh signifikan terhadap niat ketidakpatuhan pajak yang akan berujung pada tindakan penghindaran pajak (Frey dan Trogler, 2007).

Pengertian penghindaran pajak (*tax avoidance*) diuraikan oleh Suandy (2011:21) yang menyatakan bahwa penghindaran pajak adalah suatu usaha pengurangan secara legal yang dilakukan dengan cara memanfaatkan ketentuan-ketentuan di bidang perpajakan secara optimal seperti, pengecualian dan pemotongan-pemotongan yang diperkenankan maupun manfaat hal-hal yang belum diatur dan kelemahan-kelemahan yang ada dalam peraturan-peraturanyang berlaku. Sehingga penghindaran pajak merupakan kegiatan yang masih dibenarkan selama tidak keluar dari aturan perpajakan yang berlaku. Hanlon dan Heitzman (2010), pengukuran adanya penghindaran pajak dapat menggunakan banyak proksi yang bervariasi. Salah satu pengukuran untuk membuktikan ada atau tidaknya praktik *tax avoidance* dalam Hanlon dan Heitzman (2010) adalah *cash effective tax rates*. Surbakti (2012) mengungkapkan beberapa cara perusahaan melakukan penghindaran pajak, antara lain: (1) Menampakkkan laba dari aktivitas operasional sebagai laba dari modal sehingga mengurangi laba bersih dan utang pajak perusahaan tersebut; (2) Mengakui pembelanjaan modal sebagai pembelanjaan operasional, dan membebankan yang sama terhadap laba bersih sehingga mengurangi utang pajak perusahaan; (3) Membebankan biaya personal sebagai biaya bisnis sehingga mengurangi laba bersih; (4) Membebankan depresiasi produksi yang berlebihan di bawah nilai penutupan peralatan sehingga mengurangi laba kena pajak; (5) Mencatat pembuangan yang berlebihan daribahan baku dalam industri manufaktur sehingga mengurangi laba kena pajak.

Perusahaan yang melakukan penghindaran pajak dianggap tidak bertanggung jawab secara sosial. Dari sudut pandang masyarakat, apabila perusahaan melakukan tindakan dengan satu tujuan tunggal yakni untuk menghindari pajak, maka hal tersebut dianggap tidak membayar "nilai wajar" pajak kepada pemerintah untuk pembiayaan barang publik. Hal ini akan mengakibatkan penurunan reputasi perusahaan, bahkan penghentian kegiatan perusahaan sebab tindakan penghindaran pajak tidak sesuai dengan ekspektasi masyarakat (Lanis dan Richardson, 2013). Penghindaran pajak adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan pengaturan hukum atas urusan wajib pajak, sehingga dapat mengurangi kewajiban pajaknya. Misalnya digunakan untuk menggambarkan penghindaran pajak yang dicapai oleh kepentingan pribadi atau bisnis untuk mengambil keuntungan dari celah, ambiguitas, anomali atau kekurangan lain dari hukum pajak (Suandy, 2011:7). Dapat disimpulkan bahwa aktivitas penghindaran pajak merupakan aktivitas yang dilakukan untuk mengurangi kewajiban pajak yang harus dibayarnya dengan memanfaatkan celah-celah yang terdapat dalam hukum perpajakan, sehingga tetap dalam koridor hukum.

### **Pengaruh Profitabilitas terhadap Penghindaran Pajak**

Perencanaan pajak adalah bagian dari perencanaan usaha secara keseluruhan; jangan sampai obsesi dari benefit penghematan pajak justru merugikan secara komersial. Tujuan perencanaan pajak yaitu meminimalkan beban pajak sehingga penghasilan setelah pajak meningkat, profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba pada masa mendatang dan merupakan indikator dari keberhasilan operasi perusahaan. Profitabilitas merupakan suatu indikator yang mencerminkan performa keuangan perusahaan, semakin tinggi nilai ROA maka semakin besar juga laba yang diperoleh perusahaan, sehingga beban pajakpun semakin tinggi. Sehingga, perusahaan yang memiliki

tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung tidak akan melakukan praktik penghindaran pajak, yang diukur dari nilai ETR. Hasil penelitian Subagiastra *et al.*, (2016), menunjukkan bahwa semakin tingginya profitabilitas perusahaan akan dilakukan perencanaan pajak yang matang sehingga menghasilkan pajak yang optimal, sehingga kecenderungan melakukan penghindaran pajak akan menurun. Perusahaan yang memperoleh laba diasumsikan tidak melakukan penghindaran pajak karena mampu mengatur pendapatan dan pembayaran pajaknya. Profitabilitas merupakan suatu indikator yang mencerminkan performa keuangan suatu perusahaan, semakin tinggi nilai ROA maka semakin besar juga laba yang diperoleh perusahaan, sehingga beban pajak pun semakin tinggi. Dapat dikatakan perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung tidak akan melakukan praktik penghindaran pajak.

H<sub>1</sub> : Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap Penghindaran pajak.

### **Pengaruh CSR terhadap Penghindaran Pajak**

Dalam menjalankan usahanya perusahaan memiliki tujuan untuk memperoleh laba yang maksimal. Akan tetapi perusahaan memiliki juga kewajiban untuk membayar pajak. Beban pajak yang dibayarkan perusahaan akan berdampak pada berkurangnya laba perusahaan. Untuk tetap menjaga atau mengoptimalkan laba perusahaan maka upaya meminimalkan beban pajak dilakukan melalui praktik penghindaran pajak. Sesuai konsep *triple bottom line*, perusahaan diwajibkan untuk mampu menyeimbangkan kinerja ekonomi melalui pencapaian laba, kinerja lingkungan melalui kepedulian terhadap lingkungan alam sekitar, dan kinerja sosial melalui kepedulian terhadap masyarakat. Penelitian yang dilakukan Lanis dan Richardson (2012) menunjukkan bahwa komitmen investasi sosial suatu perusahaan menjadi hal penting dalam kegiatan CSR yang berdampak negatif terhadap agresivitas penghindaran pajak. Perusahaan yang melaksanakan kegiatan CSR yang tidak bertanggung jawab memiliki kemungkinan lebih tinggi untuk terlibat dalam kegiatan penghindaran pajak. Hal serupa diungkapkan oleh Watson (2011) perusahaan-perusahaan yang tidak bertanggung jawab secara sosial menunjukkan agresivitas pajak yang lebih besar. Dengan melakukan aktivitas CSR maka biaya-biaya yang dikeluarkan akan mengurangi laba perusahaan, yang berakibat pada kecilnya beban pajak yang dibayarkan perusahaan. Tiarawati (2015) menyatakan CSR berpengaruh negatif terhadap *tax avoidance*, semakin rendah *Corporate Sosial Responsibility*, maka *tax avoidance* (penghindaran pajak) semakin meningkat. CSR sekarang dapat di kompensasikan sebagai pengurangan pajak. Inilah bentuk intensif kepada setiap wajib pajak pelaku usaha yang melakukan Program *Corporate Sosial Responsibility*. Namun perusahaan diwajibkan berhati-hati dalam melaksanakan tanggung jawab untuk membantu masyarakat dan membayar pajak sesuai dengan ketentuan hukum. Dapat disimpulkan bahwa perusahaan dengan pengungkapan CSR yang rendah dapat melakukan penghindaran pajak yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki pengungkapan CSR yang lebih tinggi.

H<sub>2</sub> : CSR berpengaruh negatif terhadap Penghindaran Pajak.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian**

Jenis Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, yaitu menganalisis data dalam bentuk angka dan melakukan analisis data sekunder dengan menggunakan prosedur statistik. Data sekunder yaitu sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Pada penelitian ini data yang digunakan adalah data sekunder yang berbentuk laporan keuangan dan laporan tahunan yang dapat diperoleh di Bursa Efek Indonesia. Metode verifikatif yang digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan alat uji statistik yaitu *Statistic Product Service Solution* (SPSS). Populasi yang

digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2014-2016.

### **Teknik Pengambilan Sampel**

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang listing di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016. Pemilihan periode tiga tahun ini bertujuan untuk mendapatkan data terbaru dan diharapkan memperoleh hasil yang baik dalam menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial. Perusahaan manufaktur dipilih karena merupakan jumlah perusahaan dalam satu populasi yang cukup besar dan merupakan perusahaan yang relatif lebih banyak memiliki dampak pada lingkungan dibandingkan dengan perusahaan jasa atau dagang. Permasalahan dalam perusahaan manufaktur juga lebih kompleks sehingga diharapkan akan lebih mampu menggambarkan keadaan perusahaan di Indonesia. Menurut BEI, sektor industri barang konsumsi terdiri dari makanan dan minuman, rokok, farmasi, kosmetik dan barang keperluan rumah tangga, dan peralatan rumah tangga. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* adalah pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan subjek peneliti, sampel dipilih berdasarkan pada kesesuaian karakteristik dengan kriteria sampel yang ditentukan agar diperoleh sampel yang representatif. Kriteria-kriteria dalam pengambilan sampel secara *purposive sampling* dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar (*listing*) di Bursa Efek Indonesia selama 2014-2016; (2) Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang mempublikasikan laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keuangan di BEI tahun 2014-2016; (3) Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang mengungkapkan aktifitas CSR nya dalam laporan keuangan tahunan selama tahun 2014-2016; (4) Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang tidak mengalami kerugian selama tahun 2014-2016, dikarenakan kerugian akan mengakibatkan ETR menjadi negatif.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian kuantitatif sehingga jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif yang berupa data dokumenter. Metode dokumenter yaitu suatu metode pengumpulan data dengan cara melakukan analisis terhadap semua catatan dan dokumen yang dimiliki oleh organisasi yang terpilih sebagai objek penelitian atau data dari individu sebagai objek penelitian. Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Dalam penelitian ini sumber data yang diperoleh umumnya berupa bukti atau catatan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang telah dipublikasikan. Menggunakan laporan keuangan dan laporan tahunan atau *annual report* pada perusahaan Manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2014 sampai 2016 secara berturut-turut. Data tersebut diperoleh dari website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Teknik pengumpulan data merupakan bagian dari proses pengujian yang hasilnya digunakan untuk menarik kesimpulan. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini mengambil data sekunder yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia selama tahun 2014-2016 pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

### **Variabel dan Definisi Operasional Variabel**

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu profitabilitas sebagai variabel (PRO) dan Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*

(CSR) sebagai variabel (CSR). Definisi operasional dan pengukuran masing-masing variabel pada penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Semakin kecil (rendah) rasio ini, semakin kurang baik, demikian pula sebaliknya. Rasio *return on investment* (ROI) atau *return on total assets* (ROA) merupakan rasio yang menunjukkan hasil (return). Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. ROA juga merupakan suatu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelolainvestasinya (Kasmir, 2014:201). Menurut Syamsuddin (2009:63) tingkat profitabilitas diukur dengan :

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Jumlah item yang diharapkan diungkapkan perusahaan manufaktur adalah sebanyak 78 item yang terdiri atas kategori lingkungan (13 item), kategori energi (7 item), kategori kesehatan dan keselamatan tenaga kerja (8 item), kategori lain-lain tenaga kerja (29 item), kategori produk (10 item), kategori keterlibatan masyarakat (9 item), dan kategori umum (2 item). Penelitian ini mengacu pada penelitian Sayekti dan Wiondabio (2007) dimana *Corporate Sosial Responsibility* diukur menggunakan *CSR Disclosure Index* (CSRDi). Metode ini menggunakan data kualitatif menjadi kuantitatif sehingga bisa didapatkan angka untuk menghitung, dimana CSR akan diukur dengan dengan melakukan *check klist*, apabila perusahaan mengungkapkan CSR diberi nilai 1 sedangkan apabila tidak diungkapkan akan diberi nilai 0 untuk item-item yang sudah disebutkan. Maka rumus untuk pengukuran pengungkapan CSR :

$$\text{CSRDi} = \frac{\sum X_{yi}}{n_i}$$

CSRDi : *Corporate Sosial Responsibility Disclosure Index*

$\sum X_{yi}$  : nilai 1 = jika item y diungkapkan; 0 = jika item y tidak diungkapkan.

$n_i$  : jumlah item untuk perusahaan i,  $n_i \leq 78$ .

Penghindaran pajak sebagai variabel (ETR). Penghindaran pajak merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk meminimalkan beban pajak yang akan dibayar dengan cara yang legal. Penghindaran pajak dapat diukur dengan berbagai pendekatan salah satunya *Current ETR*. Dalam penelitian ini menggunakan perhitungan yang telah dilakukan oleh Hanlon dan Heitzman (2010) dengan menggunakan proksi *current effective tax rate* atau *Current ETR*.

$$\text{Current ETR} = \frac{\text{Pajak Kini}}{\text{Total Laba Sebelum Pajak}}$$

Pajak kini dapat dilihat pada Laporan Keuangan perusahaan yang telah diaudit pada Laporan Laba atau Rugi. Apabila tidak disajikan atau secara spesifik dapat dilihat pada Catatanatas Laporan Keuangan. Sedangkan total laba sebelum pajak dapat dilihat pada laporankeuangan perusahaan yang telah diaudit pada Laporan Laba atau Rugi.

### Statistik Deskriptif

Sugiyono (2012) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendiskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Termasuk dalam statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, perhitungan modus, median, mean (pengukuran tendensi netral), perhitungan rata-rata dan standart deviasi, perhitungan prosentase. Ukuran pemusatan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah nilai rata-rata (*mean*), nilai

maksimum, nilai minimum dan standar deviasi. Metode analisis data akan dilakukan dengan bantuan aplikasi komputer program SPSS.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Model analisis data yang digunakan dalam menguji hipotesis penelitian ini adalah model regresi linear berganda. Penghindaran pajak sebagai variabel dependen diproksikan dengan *Current effective tax rate* (ETR), sedangkan variabel independennya terdiri dari profitabilitas (ROA), pengungkapan CSR (CSR). Persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$ETR = \alpha_0 + \beta_1 PRO + \beta_2 CSR + e_i$$

Keterangan:

ETR : Penghindaran pajak perusahaan I tahun ke-t yang diukur dengan menggunakan proksi CurrentETR

$\alpha_0$  : Konstanta

$\beta_1, \beta_2$  : Koefisien Regresi

PRO : Profitabilitas

CSR : Pengungkapan item CSR / tahun ke t

$e_i$  : *error* (kesalahan pengganggu)

### Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal. Data yang baik adalah data yang berdistribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2006). Uji normalitas dapat dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Adapun dasar pengambilan keputusan: (1) Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* kurang dari 0,05, maka  $H_0$  ditolak. Hal ini berarti data residual terdistribusi tidak normal; (2) Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih dari 0,05, maka  $H_0$  diterima. Hal ini berarti data residual terdistribusi normal.

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui adanya hubungan linear antar variabel bebas dalam model regresi yang terbentuk. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance value* dan *variance inflation factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi, nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Nilai *cutoff* yang umum adalah: (1) Jika nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi; (2) Jika nilai *tolerance* kurang dari 0,10 dan nilai VIF lebih dari 10 maka dapat disimpulkan bahwa ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

Uji autokorelasi merupakan pengujian asumsi dalam regresi dimana variabel dependen tidak berkorelasi dengan dirinya sendiri. Maksud korelasi dengan dirinya sendiri adalah bahwa nilai dari variabel dependen tidak berhubungan dengan variabel itu sendiri, baik nilai periode sebelumnya maupun nilai sesudahnya. Cara pendeteksi ada tidaknya autokorelasi adalah dengan uji Durbin - Watson (DW test). Uji Durbin-Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu dan mensyaratkan adanya constanta dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang bebas dari autokorelasi. Menurut Ghozali (2006:48) batas nilai dari metode Durbin-Watson adalah: (1) Nilai D - W yang besar atau diatas 2 berarti tidak ada autokorelasi negatif; (2) Nilai D - W antara negatif 2 sampai 2 berarti tidak ada autokorelasi atau bebas autokorelasi; (3) Nilai D - W yang kecil atau dibawah negatif 2 berarti ada autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mengetahui adanya heterokedastisitas adalah dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik Scatterplot dengan ketentuan sebagai berikut: (1) Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur maka menunjukkan telah terjadi heterokedastisitas; (2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

### Uji Koefisien Determinasi (Uji R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2006). Apabila koefisien daterminasi (R<sup>2</sup>)=0 berarti tidak ada hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, sebaliknya untuk koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) =1 maka terdapat hubungan yang sempurna. Digunakan adjusted R<sup>2</sup> sebagai koefisien determinasi apabila regresi variabel bebas lebih dari dua.

### Uji kelayakan Model (Goodness of Fit)

Digunakan untuk menguji H<sub>0</sub> bahwa data empiris cocok atau sesuai dengan model regresi, yang berarti tidak ada perbedaan antara model dengan data sehingga model regresi dapat dikatakan cocok atau fit. Pengambilan keputusan uji kelayakan model adalah: (a) Jika nilai *goodness of fit statistic* > 0,05 maka H<sub>0</sub> diterima yang berarti ada perbedaan signifikan antara model dengan nilai observasinya sehingga model penelitian yang diestimasi belum layak digunakan. (b) Jika nilai *goodness of fit statistic* < 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak yang berarti model mampu memprediksi nilai observasinya sehingga model penelitian yang diestimasi layak digunakan.

### Uji t (Uji Hipotesis)

Uji statistik t ini digunakan untuk menguji signifikansi koefisien variabel independen dalam memprediksi variabel dependen. Pengujian ini pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Uji statistik t digunakan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lain bersifat konstan. Dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0.05 ( $\alpha = 5\%$ ). (1) Jika nilai signifikansi (sig.) lebih besar dari 0.05 maka hipotesis ditolak; (2) Jika nilai signifikansi (sig.) lebih kecil atau sama dengan 0.05 maka hipotesis diterima.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### Analisis Deskriptif

Analisis Statistik deskriptif digunakan untuk menunjukkan jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini serta dapat menunjukkan nilai maksimum, nilai minimum, dan nilai rata-rata serta standar deviasi dari masing-masing variabel. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: profitabilitas, CSR dan penghindaran pajak. Hasil dari analisis deskriptif variabel disajikan dalam Tabel 1.

**Tabel 1**  
**Hasil Analisis Deskriptif**  
**Descriptive Statistics**

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
PRO	75	.01	.43	.12	.10
CSR	75	.38	.72	.55	.06
ETR	75	.07	.54	.25	.05
Valid N (listwise)	75				

Sumber: Data Sekunder diolah, 2018.

Berdasarkan Tabel 1, dapat dilihat bahwa jumlah observasi (N) yang diteliti sebanyak 75 data pengamatan. Data tersebut diperoleh dari laporan keuangan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2014-2016, dengan deskripsi masing-masing variabel sebagai berikut: (1) Pada variabel profitabilitas (PRO) menunjukkan bahwa nilai yang terkecil adalah 0,01 yang terjadi pada PT Kedawung Setia Industri Tbk tahun 2015 dan terbesar adalah 0,43 yang terjadi pada PT Multi Bintang Indonesia Tbk tahun 2016, sedangkan rata-rata profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang diobservasi sebesar 0,12 dengan standar deviasi sebesar 0,10; (2) Pada variabel *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) menunjukkan bahwa nilai yang terkecil adalah 0,38 yang terjadi pada PT Pyridam Farma Tbk tahun 2016 dan terbesar adalah 0,72 yang terjadi pada PT Pyridam Farma Tbk tahun 2014, sedangkan rata-rata CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang diobservasi adalah sebesar 0,55 dengan standar deviasi sebesar 0,06; (3) Pada variabel penghindaran pajak menunjukkan bahwa nilai yang terkecil adalah 0,07 yang terjadi pada PT Mandom Indonesia Tbk tahun 2015 dan terbesar adalah 0,54 yang terjadi pada PT Sekar Bumi Tbk tahun 2016, dengan rata-rata penghindaran pajak pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang diobservasi adalah sebesar 0,25 dengan standar deviasi sebesar 0,05.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, analisis regresi berganda digunakan untuk memprediksi hubungan antara profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap penghindaran pajak. Hasil dari Analisis Regresi Linear Berganda yang nampak pada Tabel 2.

**Tabel 2**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	T	
1 (Constant)	.284	.032		9.006	.000
PRO	-.118	.064	-.213	-2.137	.011
CSR	-.086	.052	-.739	-2.035	.027

a. *Dependent Variable: ETR*

Sumber: Data Sekunder diolah, 2018.

Dari data Tabel 2, persamaan regresi yang didapat adalah:

$$ETR = 0,284 - 0,118 \text{ PRO} - 0,086 \text{ CSR}$$

Berdasarkan pada model persamaan regresi tersebut di atas, dapat diinterpretasikan, yaitu sebagai berikut: (1) Konstanta ( $\alpha$ ), konstanta merupakan intersep variabel terikat jika variabel bebas = 0, hal ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas dan CSR yang digunakan dalam model penelitian sebesar konstanta tersebut. Besarnya nilai konstanta adalah 0,284 menunjukkan bahwa jika variabel profitabilitas dan CSR = 0 atau konstan, maka variabel penghindaran pajak sebesar 0,284; (2) Koefisien regresi profitabilitas ( $\beta_1$ ) sebesar -0,118, besarnya nilai koefisien regresi Profitabilitas (PRO) sebesar -0,118, nilai koefisien regresi ini bersifat negatif yang menunjukkan adanya hubungan yang tidak searah antara variabel profitabilitas dengan penghindaran pajak pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan, semakin rendah praktik penghindaran pajak perusahaan; (3) Koefisien regresi *corporate social responsibility* (CSR) ( $\beta_2$ ) sebesar -0,086; besarnya nilai koefisien regresi CSR sebesar -0,086, nilai koefisien regresi ini bersifat negatif yang menunjukkan adanya hubungan yang tidak searah antara variabel CSR dengan penghindaran pajak pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan, semakin rendah praktik penghindaran pajak perusahaan.

### Uji Normalitas

Hasil dari pengujian *Kolmogorov-Smirnov*, dapat diketahui bahwa pengujian memberi nilai Z hitung sebesar 0,859 dengan taraf signifikansi sebesar 0,451. Nilai taraf signifikansi di atas 0,05 menunjukkan bahwa nilai residual tidak mempunyai perbedaan dengan nilai standar baku. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa data terdistribusi secara normal atau asumsi normalitas sudah terpenuhi.

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Hasil dari uji multikolinearitas, dapat diketahui bahwa besarnya nilai *Variance Influence Factor* (VIF) pada seluruh variabel baik profitabilitas dan CSR lebih kecil dari 10, dan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan maka hal ini berarti model yang digunakan dalam penelitian tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau bisa disebut juga dengan bebas dari multikolinearitas, sehingga variabel tersebut dapat digunakan dalam penelitian

### Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan pengujian asumsi dalam regresi dimana variabel dependen tidak berkorelasi dengan variabel dependen sendiri. Maksud korelasi dengan dirinya sendiri adalah bahwa nilai dari variabel dependen tidak berhubungan dengan variabel itu sendiri, baik nilai periode sebelumnya maupun nilai sesudahnya. Cara pendeteksi ada tidaknya autokorelasi adalah dengan uji *Durbin-Watson* (DW test). Uji *Durbin-Watson* hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu dan mensyaratkan adanya konstanta dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang bebas dari autokorelasi. Hasil dari uji autokorelasi, menunjukkan angka *Durbin Watson* sebesar 1.270. Nilai tersebut berada diantara -2 sampai +2 sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi atau terbebas dari autokorelasi

### Uji Heteroskedastisitas

Uji terhadap adanya heteroskedastisitas adalah bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual dari pengamatan satu ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Menurut Santoso (2009:210) deteksi adanya heteroskedastisitas adalah deteksi dengan melihat ada tidaknya pada tertentu pada grafik. Hasil dari Uji Heteroskedastisitas, terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas pada model regresi. Hal ini menunjukkan bahwa hasil estimasi regresi linier berganda layak digunakan untuk interpretasi dan analisa lebih lanjut.

### Uji Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel nilai perusahaan. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel profitabilitas dan CSR dalam menjelaskan variabel penghindaran pajak amat terbatas. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang tempat relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan; sedangkan untuk data runtut waktu biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi. Hasil dari Uji Koefisien Determinasi Berganda yang nampak pada Tabel 3.

Tabel 3  
Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ )

<i>Model Summary<sup>b</sup></i>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.528 <sup>a</sup>	.277	.232	.365303

a. Predictors: (Constant), CSR, PRO

b. Dependent Variable: ETR

Sumber: Data Sekunder diolah, 2018

Hasil Uji koefisien determinasi berganda pada Tabel 3, dapat diketahui *R square* ( $R^2$ ) sebesar 0,277 atau 27,7% yang menunjukkan kontribusi dari variabel profitabilitas dan CSR terhadap penghindaran pajak pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sedangkan sisanya 72,3% dikontribusi oleh faktor lainnya. Koefisien korelasi berganda digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara variabel profitabilitas dan CSR terhadap penghindaran pajak pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.. Koefisien korelasi berganda ditunjukkan dengan (R) sebesar 0,528 atau 52,8% yang mengindikasikan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel profitabilitas dan CSR terhadap penghindaran pajak pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia., mempunyai hubungan yang cukup kuat.

### Uji Kelayakan Model (*Goodness of Fit*)

Uji kelayakan model yang menunjukkan apakah model regresi *fit* untuk diolah lebih lanjut. Uji kelayakan model pada dasarnya menunjukan apakah semua variabel profitabilitas dan CSR yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh terhadap variabel penghindaran pajak pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Hasil dari Uji Kelayakan Model, yang nampak pada Tabel 4.

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Kelayakan Model**

		ANOVA <sup>b</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.375	3	.792	5.933	.002 <sup>a</sup>
	Residual	6.139	46	.133		
	Total	8.514	49			

a. Predictors: (Constant), CSR, PRO

b. Dependent Variable: ETR

Sumber: Data Sekunder diolah, 2018

Berdasarkan perhitungan pada Tabel 4, menunjukkan bahwa F hitung sebesar 5,933 dengan sig 0,002. Dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar  $\alpha = 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas dan CSR secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan hasil pada Tabel 10, menunjukkan model penelitian ini layak untuk dilakukan pengujian berikutnya.

### Uji t

Pengujian ini pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel penghindaran pajak pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance* level 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Hasil dari Pengujian Uji t, yang nampak pada Tabel 5.

**Tabel 5**  
**Hasil Uji t**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.284	.032		9.006	.000
	PRO	-.118	.064	-.213	-2.137	.011
	CSR	-.086	.052	-.739	-2.035	.027

a. Dependent Variable: ETR

Sumber: Data Sekunder diolah, 2018

Berdasarkan hasil Uji t pada Tabel 5, dapat diperoleh: (1) Pengujian pengaruh profitabilitas (PRO) terhadap penghindaran pajak menghasilkan nilai signifikansi 0,011 atau nilai signifikansi  $< 0,05$ , yang berarti profitabilitas berpengaruh signifikan dengan arah negatif terhadap penghindaran pajak pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2014 sampai 2016; (2) Pengujian pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap penghindaran pajak menghasilkan nilai signifikansi 0,027 atau nilai signifikansi  $< 0,05$ , yang berarti CSR berpengaruh signifikan dengan arah negatif terhadap penghindaran pajak pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2014 sampai 2016.

### **Pengaruh Profitabilitas Terhadap Penghindaran Pajak**

Hipotesis penelitian yang pertama menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan dengan arah koefisien negatif terhadap penghindaran pajak. Berdasarkan pengujian statistik menunjukkan bahwa hipotesis pertama penelitian terbukti. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikan sebesar 0.011. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tiarawati (2015) dan Lionita dan Kusbandiyah (2017), dengan hasil pengujiannya yang menyatakan bahwa adanya hubungan negatif dan signifikan antara profitabilitas dengan penghindaran pajak, hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi memiliki kesempatan untuk memposisikan diri dalam *tax planning* yang mengurangi jumlah beban kewajiban perpajakan. Profitabilitas yang diukur dengan ROA merupakan satu indikator yang mencerminkan performa keuangan perusahaan, semakin tinggi nilai ROA, maka akan semakin bagus performa perusahaan tersebut. Perusahaan yang memperoleh laba diasumsikan tidak melakukan *tax avoidance* karena mampu mengatur pendapatan dan pembayaran pajaknya. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi cenderung melaporkan pajaknya dengan jujur daripada perusahaan yang mempunyai profitabilitas rendah. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi akan lebih taat membayar pajak karena perusahaan tersebut tidak memiliki kesulitan dalam memenuhi kewajibannya, baik itu kewajiban kepada investor, kepada kreditor, maupun kepada pemerintah yaitu membayar pajak. Perusahaan dengan profitabilitas yang rendah akan memiliki kemungkinan yang tinggi untuk tidak taat membayar pajak. Hal ini karena perusahaan dengan profitabilitas yang rendah akan memilih untuk mempertahankan keadaan keuangan dan aset perusahaan daripada membayar pajak, sehingga perusahaan tersebut menjadi agresif terhadap pajak

### **Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Penghindaran Pajak**

Hipotesis penelitian yang kedua menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan dengan arah koefisien negatif terhadap penghindaran pajak. Berdasarkan pengujian statistik menunjukkan bahwa hipotesis kedua penelitian terbukti. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikan sebesar 0.027. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian Tiarawati (2015) dan Kuriah dan Asyik (2016), dengan hasil pengujiannya yang menyatakan bahwa adanya hubungan negatif dan signifikan antara CSR dengan penghindaran pajak, hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang menjalankan CSR bertindak agresif terhadap pajak, maka akan membuat perusahaan tersebut kehilangan reputasi di mata *stakeholdernya* dan akan menghilangkan dampak positif yang terkait dengan kegiatan CSR yang telah dilakukan. CSR *disclosure* atau pengungkapan CSR adalah sebuah bentuk pengkomunikasian CSR yang sudah dilakukan oleh sebuah perusahaan mengenai dampak sosial yang terjadi akibat dari kegiatan ekonomi perusahaan. Pengungkapan sosial dan lingkungan merupakan proses yang digunakan oleh perusahaan untuk mengungkapkan informasi terkait dengan kegiatan perusahaan juga pengaruhnya terhadap kondisi sosial dan lingkungan. Pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan merupakan suatu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomis maupun politis. Pengungkapan CSR perusahaan dapat melalui berbagai macam media seperti laporan tahunan dan website perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada para stakeholder dan juga untuk menjaga reputasi perusahaan. Sebagian perusahaan bahkan menganggap bahwa mengkomunikasikan kegiatan atau program CSR sama pentingnya dengan kegiatan CSR sendiri. Sesuai konsep *triple bottom line*, perusahaan diwajibkan untuk mampu menyeimbangkan kinerja ekonomi melalui pencapaian laba, kinerja lingkungan melalui kepedulian terhadap lingkungan alam sekitar, dan kinerja sosial melalui kepedulian terhadap masyarakat. Perusahaan yang melaksanakan kegiatan CSR yang tidak

bertanggung jawab memiliki kemungkinan lebih tinggi untuk terlibat dalam kegiatan penghindaran pajak.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh profitabilitas dan pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* terhadap penghindaran pajak, yang mana sebagai sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang tercatat dala Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka dapat diperoleh simpulan sebagai berikut: (1) Berdasarkan uji kelayakan model diketahui bahwa profitabilitas dan pengungkapan CSR layak digunakan penelitian terhadap penghindaran pajak; (2) Profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penghindaran pajak, artinya perusahaan yang efisien dan lebih *profitable* memiliki tarif pajak efektif yang lebih rendah karena perusahaan-perusahaan tersebut dapat menggunakan sumber dayanya untuk mengambil manfaat dari insentif pajak serta mengelola perencanaan pajak yang baik; (3) Pengungkapan CSR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penghindaran pajak, artinya perusahaan yang menjalankan CSR dengan benar dan bertanggung jawab maka perusahaan tersebut berusaha untuk mematuhi peraturan yang berlaku dengan tidak melakukan penghindaran pajak, pengungkapan CSR yang dilakukan secara benar dan bertanggung jawab sesuai dengan peraturan yang berlaku mengindikasikan bahwa CSR pada perusahaan tersebut baik.

### Saran

Berdasarkan keterbatasan diatas terdapat beberapa saran dalam penelitian ini yang dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya yang diantaranya: (1) Penelitian selanjutnya disarankan agar menggunakan sampel penelitian dengan jenis industri yang lebih luas dan bervariasi.; (2) Melakukan penelitian dengan menggunakan jumlah sampel yang lebih besar dan melakukan penelitian dengan periode yang lebih panjang. Jumlah sampel yang lebih besar dengan periode yang lebih panjang akan memberikan hasil penelitian yang lebih baik; (3) Menggunakan variabel-variabel lain yang belum termasuk dalam model regresi pada penelitian ini seperti variabel *Good Corporate Governance* , ukuran perusahaan, kompensasi kerugian fiskal dan *leverage* sehingga lebih mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap penghindaran pajak di Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiningtyas, H. D. 2016. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Tax Avoidance*. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Program Studi Akuntansi. Universitas Airlangga. Surabaya.
- Antara News. 2016. Kepatuhan Penyampaian Pajak Indonesia Rendah. <https://m.tempo.co>. 12 September 2017 (09.10).
- Deegan, C. 2000. *Financial Accounting Theory*. World Business Council for Sustainable Development-*Corporate Social Responsibility: Meeting Changing Expectations*. NSW: McGraw-Hill. Australia.
- Donovan, G. dan K. Gibson. 2000. Environmental Disclosure in the Corporate Annual Report: A Longitudinal Australian Study. *Paper for Presentation in the 6th Int. EAC*. Montreal Canada. 2: 36-51.
- Effendi, M. A. 2016. *The Power of Good Corporate Governance: Teori dan Impelementasi*. Edisi 2. Salemba Empat. Jakarta.
- Frey, B. S dan B. Torgler. 2007. *Tax Morale and Conditional Cooperation*. *Journal of Comparative Economics*. 35 (1): 136-159.

- Ghozali, I. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Empat. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I. dan A. Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Edisi Tiga. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Teori Akuntansi: IFRS*. Edisi Empat. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gray, R, D. Owen., dan C. Adams. 1996. *Accounting and Accountability*. Prentice Hall. Europe.
- Hadi, N. 2011. *Corporate social responsibility*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Hanlon, M. dan S. Heitzman. 2010. A Review of Tax Research. *Journal of Accounting and Economics*, 50: 127-178.
- Harahap, S. S. 2011. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Hidayati, N. 2017. Pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. 3(1).
- ISO/TMB/WG/SR TG2 Communication. Future ISO 26000 Standart on CSR. Retrieved September 26, 2014 from <http://www.iso.org/iso/en/commcentre/pressreleases/2007/index.html>
- Jayanto, P. Y. 2011. Faktor-Faktor Ketidakpatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Dinamika Manajemen*. 2 (1): 48-61.
- Kasmir. 2014. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Pertama. Cetakan Ketujuh. Rajawali Pers. Jakarta.
- Kompasiana. 2017. Dugaan Transfer Pricing Toyota. <http://www.kompasiana.com/>. 10 September 2017 (10.15)
- Kuriah, H. L. Dan N. F. Asyik. 2016. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. 5 (3).
- Lako, A. 2011. *Dekonstruksi CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis dan Akuntansi*. Erlangga. Jakarta.
- Lanis, R. dan G. Richardson. 2012. *Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis*. *Jurnal of Account Public Policy*. 31:86-108.
- \_\_\_\_\_. 2013. Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: a test of legitimacy theory. *Accounting Auditing and Accountability Journal*, 26(1):75 – 100.
- Lionita, A. dan A. Kusbandiyah. 2017. Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Rofitabilitas, *Leverage* Dan Komisaris Independen Terhadap Praktik Penghindaran Pajak. *Kompartemen*. 15 (1).
- Mustikasari, E. 2007. Kajian Empiris Tentang Kepatuhan Wajib Pajak Badan di Perusahaan Industri Pengolahan di Surabaya. *Simposium Nasional Akuntansi X*.
- Maharani, I G. A. C. dan K. A. Suardana. 2014. Pengaruh *Corporate Governance*, Profitabilitas dan Karakteristik Eksekutif pada Tax Avoidance Perusahaan Manufaktur. *E-Jurnal Akuntansi Udayana*. 9. (2) ISSN: 2302-8556.
- Mardiyanto, H. 2009. *Intisari Manajemen Keuangan*. Grasindo. Jakarta.
- Said, A. L. 2015 *Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Governance: Manejemen Peranggung Jawaban Sosial*. Budi Utama. Yogyakarta.
- Santoso, S. 2009. *Statistik Parametrik Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Sayekti, Y dan L, S Wondabio. 2007. Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earning Response Coefficient. *Simposium Nasional Akuntansi IX*. Makassar. 26-28 Juli 2007.
- Suandy, E. 2011. *Hukum Pajak*. Salemba Empat. Jakarta.
- Subagiastra, K., I. P. E. Arizona dan I. N. K. A. Mahaputra. 2016. Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Keluarga, Dan *Good Corporate Governance* Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*. 1 (2) : 167-193
- Sudana, I. M. dan P. A. Arlindania. 2011. Corporate Governance dan Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Go Public di BEI. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*. 4(1).

- Sugiyono. 2012. *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta. Bandung.
- Surbakti, T. A.. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Reformasi Perpajakan Terhadap Penghindaran Pajak di Perusahaan Manufaktur. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Program Studi Akuntansi. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Susiloadi, P. 2008. Implementasi *Corporate Social Responsibility* untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan. *Spirit Publik*. 4.(2): 123-130
- Syamsuddin, L. 2009. Manajemen Keuangan Perusahaan PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Tiarawati, W. A. 2015. Analisis Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Tax Avoidance (Penghindaran Pajak). *Jurnal Akuntansi Indonesia*. 4 (2): 123-142
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 *Perseroan Terbatas*. 16 Agustus 2007. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 106. Jakarta.
- William, A. dan D. Siegel. 2001. Corporate Social responsibility: A Theory of Firm Perspective. *Academy Management Review*. 26(1): 117-127
- World Business Council for Sustainable Development 2002, *Corporate Social Responsibility: The WBCSD's journey*, pp. 1. Retrieved September 28, 2007, from <http://www.wbcsd.org>.
- Yoehana, M. 2013. Analisis pengaruh *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak. *Skripsi*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Program Studi Akuntansi. Universitas Diponegoro. Semarang.