

PENGARUH PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK

Elmi Rakhma Aalin
elmirakhma@gmail.com
Politeknik Kediri
(Jl. Mayor Bismo No.27, Kediri)

Abstrak: Tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia dianggap sebagai konsep sukarela. Namun, mayoritas perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara sukarela mengungkapkan informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan mereka. Hal ini menimbulkan pertanyaan mendasar, jika tanggung jawab sosial perusahaan masih dianggap sebagai konsep sukarela, mengapa perusahaan mencoba untuk mengungkapkan lebih banyak informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan saat ini? Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan agresivitas pajak. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017. Penelitian ini menggunakan 319 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017 sebagai sampel. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diukur dengan indeks GRI 3.1. Agresivitas Pajak diukur dengan Tarif Pajak Efektif (ETR) menurut Lanis dan Richardson (2012). Ada beberapa variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini, seperti profitabilitas, leverage, intensitas modal, dan ukuran perusahaan. Penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif secara statistik signifikan terhadap agresivitas pajak. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial memiliki kecenderungan untuk melakukan agresivitas pajak. Selanjutnya, dapat dikatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang digunakan oleh perusahaan untuk menyamarkan agresivitas pajak.

Kata Kunci: Tanggung jawab sosial perusahaan, Agresivitas Pajak.

Abstract: *Corporate social responsibility in Indonesia considered as a voluntary concept. However, majority of companies listed on Indonesian Stock Exchange voluntarily disclose information about corporate social responsibility in their annual report. This raise fundamental question, if corporate social responsibility still considered as a voluntary concept, why companies are tried to disclose more information about corporate social responsibility nowadays?*

The purpose of this research is to examine association between corporate social responsibility disclosure and tax aggressiveness. The type of this research is quantitative research. Population of this research are all of listed companies on Indonesian Stock Exchange in 2017. This research used 319 companies listed on Indonesian Stock Exchange in 2017 as sample. Corporate social responsibility disclosure measured by GRI 3.1 index. Tax Aggressiveness measured by Effective Tax Rates (ETR) according to Lanis and Richardson (2012). There are some control variables used in this reseacrh, such as profitability, leverage, capital intensity, and firm size. This research provides empirical evidence that corporate social responsibility disclosure has statistically positive significant effect on tax aggressiveness. The result of this research show that companies with social responsibility disclosure has tendency to do tax aggressiveness. Furthermore, it can be said that corporate social responsibility disclosure used by companies to camouflange tax aggressiveness.

Keywords: *Corporate social responsibility, Tax Aggressiveness.*

PENDAHULUAN

Penerimaan negara Indonesia berasal dari berbagai sektor, namun pajak merupakan penyokong penerimaan negara terbesar. Pada tahun 2010 hingga tahun 2014 sebanyak 76% penerimaan negara berasal dari pajak, selanjutnya sebanyak 24% berasal dari non-pajak, dan 0,14% berasal dari penerimaan hibah (inkrispena.org). Sumber pajak di Indonesia berasal dari wajib pajak orang pribadi maupun wajib pajak badan dari berbagai sektor industri. Seiring dengan besarnya penghasilan yang diperoleh perusahaan, maka akan diikuti dengan bertambahnya jumlah pajak yang ditanggung oleh badan atau perusahaan.

Tingginya jumlah pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan menyebabkan perusahaan melakukan perencanaan pajak (tax planning) guna meminimalkan jumlah pajak yang dibayarkan oleh perusahaan, Jessica dan Toly (2014). Perencanaan pajak terdiri dari dua macam, yang pertama yaitu penghindaran pajak (tax avoidance) serta penggelapan pajak (tax evasion). Penghindaran pajak dideskripsikan sebagai perencanaan beban pajak yang sepenuhnya legal, sedangkan penggelapan pajak dideskripsikan sebagai tindakan illegal untuk mengurangi beban pajak, Sommerfeld, et al (1994).

Menurut Lanis dan Richardson (2013) pajak dapat menjadi faktor motivasi dalam pembuatan keputusan manajerial perusahaan. Hal tersebut memotivasi perusahaan untuk melakukan tindakan manajerial yang dirancang hanya untuk meminimalkan pajak perusahaan melalui kegiatan agresivitas pajak, yang mana agresivitas pajak saat ini telah menjadi hal yang umum dalam dunia perusahaan yang ada di seluruh dunia, Lanis dan Richardson (2012). Zuber, et al (2013) menyatakan diantara penghindaran pajak dan penggelapan pajak, terdapat gray area yang potensial untuk melakukan agresivitas pajak. Gray area ini muncul karena hukum pajak yang ada tidak cukup

tepat untuk mengenali beberapa transaksi yang kemungkinan dibuat-buat oleh perusahaan.

Setiadji (2010) menyatakan bahwa selama ini perusahaan beranggapan memiliki dua beban yang sama, yaitu beban pajak dan beban tanggungjawab sosial. Pada dasarnya kedua beban tersebut digunakan untuk mensejahterakan masyarakat. Namun, agar perusahaan tidak memiliki dua beban, perusahaan mencari cara untuk meminimalkan pajak melalui tindakan agresivitas pajak, Octaviana dan Rohman (2014). Oleh karena itu, untuk menutupi tindakan agresivitas pajak tersebut, perusahaan melakukan tanggung jawab sosial yang lebih luas sehingga perusahaan mendapatkan legitimasi baik dari masyarakat maupun pemerintah.

Penelitian sebelumnya yang menganalisis tentang hubungan antara CSR dengan agresivitas pajak telah banyak dilakukan. Chang (2007) memberikan bukti empiris bahwa perusahaan-perusahaan hi-tech di Cina melakukan pertanggung jawaban sosial untuk mempertahankan reputasi mereka. Lanis dan Richardson (2014) dalam penelitiannya menyatakan bahwa semakin perusahaan bertanggung jawab secara sosial maka perusahaan tersebut akan semakin sedikit melakukan penghindaran pajak (tax avoidance). Selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Pradnyadari (2015) yang memberikan bukti empiris bahwa perusahaan yang melakukan agresivitas pajak akan semakin luas mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pro dan kontra tanggung jawab sosial sebagai hal yang mandatory ataupun voluntary menjadikan polemik tersebut menarik untuk diteliti. Karena adanya polemik tersebut kemudian memunculkan pertanyaan mendasar, yaitu apabila mayoritas pelaku bisnis di Indonesia menganggap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah suatu hal yang sukarela, lantas mengapa mayoritas pelaku bisnis melakukan

pengungkapan tanggung jawab sosial? Dan mengapa beberapa perusahaan memilih untuk menyajikan pengungkapan pertanggungjawaban lingkungan yang lebih informatif daripada perusahaan lainnya?

TELAAH TEORI

1. Teori Legitimasi (Legitimacy Theory)

Tanggung jawab sosial perusahaan tidak terlepas dari paham teori legitimasi. Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan terus berupaya untuk memastikan bahwa mereka beroperasi dalam bingkai dan norma yang ada dalam masyarakat atau lingkungan dimana perusahaan berada, dimana mereka berusaha untuk memastikan bahwa aktifitas mereka (perusahaan) diterima oleh pihak luar sebagai suatu yang “sah”, Deegan (2006). Teori legitimasi menjelaskan hal-hal yang harus dilakukan oleh perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sekitarnya, dimana perusahaan tersebut beroperasi. Lingkungan yang dimaksudkan disini tidak hanya masyarakat sekitar, melainkan juga perusahaan harus mampu mematuhi segala peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah.

Ghozali dan Chariri (2007) menyatakan bahwa hal yang melandasi teori legitimasi adalah “kontrak sosial” yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Teori legitimasi berkaitan dengan kemampuan perusahaan mempertahankan reputasinya di kalangan masyarakat dan pemerintah. Villier dan Staden (2006) menyatakan bahwa perusahaan akan melakukan hal apa saja agar perusahaan dianggap absah (legitimate) dengan peraturan yang ditetapkan pemerintah dimana perusahaan tersebut beroperasi. Perusahaan juga akan melakukan semua tindakan yang dapat menghindarkan perusahaan dari masalah hukum (Karim, et al: 2013).

2. Teori Stakeholder (Stakeholder Theory)

Konsep Teori stakeholder pertama kali diungkapkan oleh Edward Freeman (1984). Teori stakeholder berbicara mengenai bagaimana bisnis itu benar-benar bekerja. Menurut teori stakeholder sebuah bisnis dikatakan sukses apabila mampu menciptakan nilai bagi konsumen, pemasok, pekerja, komunitas dan keuangan, pemegang saham, bank, dan pemerintah. Teori stakeholder mendasari perusahaan untuk melakukan tanggung jawab, tidak hanya kepada para investor saja, melainkan ke seluruh lapisan masyarakat. Tanggung jawab perusahaan tersebut seringkali ditunjukkan oleh perusahaan melalui pelaksanaan program-program tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan konsep yang diungkapkan oleh teori stakeholder, tindakan perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial merupakan suatu bentuk komitmen perusahaan terhadap para stakeholder. Perusahaan berusaha menunjukkan bahwa mereka telah melakukan apa yang seharusnya, yaitu memenuhi hak-hak karyawan, memperhatikan dampak yang ditimbulkan atas kegiatan operasional perusahaan terhadap masyarakat sekitar, serta peduli terhadap kegiatan non-profit oriented yang diperlukan masyarakat secara umum.

3. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan atau Corporate Social Responsibility Disclosure menjadi salah satu topik yang penting untuk menjadi perhatian. Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat mengenai pentingnya pelestarian lingkungan dan semakin gencarnya produk-produk yang ramah lingkungan bermunculan di industri saat ini. Beberapa penelitian berfokus pada

kebijakan pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan yang bersifat sukarela (voluntary), (Karim, et al :2013). Kebijakan pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan yang bersifat sukarela menyebabkan kesulitan dalam mengukur apakah pengungkapan yang dilakukan perusahaan telah cukup memberikan informasi yang berguna bagi para pengguna laporan keuangan (Rosser dan Edwin: 2010).

Salah satu yang menonjol dari praktik pertanggung jawaban sosial di Indonesia adalah penekanan pada aspek pemberdayaan masyarakat (community development), Ambadar (2008). Meskipun telah banyak program pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh perusahaan dan berhasil dengan baik, serta memberi dampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat. Namun masih banyak program yang dilakukan perusahaan bersifat sporadis, yaitu menunggu proposal masuk atau permintaan datang. Umumnya program seperti ini tidak berkelanjutan dan tumpang tindih dengan program pemerintah daerah sehingga program tersebut menjadi kurang efektif.

4. Agresivitas Pajak

Menurut Lanis dan Richardson (2013), agresivitas pajak dapat didefinisikan sebagai sebuah skema atau pengaturan yang memiliki tujuan utama untuk menghindari pajak yang tidak sesuai dengan hukum. Angueira (2008) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai suatu tindakan manajer yang mengacu pada hal-hal yang bertujuan untuk mengurangi penghasilan kena pajak. Menurut Angueira (2008) tindakan tersebut dilakukan oleh manajer karena peraturan perpajakan seringkali berubah mengikuti kondisi perekonomian suatu negara. Contoh tindakan agresivitas pajak menurut Angueira (2008) dapat dilakukan dengan meningkatkan beban yang berada di bawah kendali para manajer. Tujuan

manajer melakukan hal tersebut adalah untuk mendapatkan keuntungan jangka pendek dan memaksimalkan kompensasi bagi para manajer itu sendiri, Angueira (2008).

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS

Upaya meminimalisir pajak atau disebut agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan sangat beraneka ragam, salah satunya yaitu menggunakan program tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha meneliti pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan terhadap tindakan agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan. Sejauh mana, tanggung jawab sosial perusahaan mampu mempengaruhi agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan. Penelitian ini menggunakan variabel kontrol profitabilitas yang akan diukur dengan menggunakan rasio ROA (Return On Assets). Variabel kontrol lainnya adalah leverage, capital intensity, dan ukuran perusahaan yang pengukurannya mengacu pada Lanis dan Richardson (2013).

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Program tanggung jawab sosial yang kurang sesuai dapat menjadi celah bagi manajemen untuk melakukan tindakan agresivitas pajak, mengingat kegiatan tanggung jawab sosial dapat diakui sebagai beban untuk mengurangi jumlah pajak terutang perusahaan. Manajemen pajak, baik secara legal maupun ilegal hendaknya tidak etis dilakukan perusahaan, karena pembayaran pajak terkait dengan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat secara luas. Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa dalam hal membayar pajak perusahaan seharusnya memperhatikan etika untuk masyarakat dan stakeholder lainnya. Oleh karena itu,

penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut

H1: Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 319 perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini memiliki satu hipotesis, yaitu untuk menguji pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap agresivitas pajak. Seperti telah dipaparkan sebelumnya, penelitian ini menggunakan alat analisis *eviews 7* dalam menganalisis data penelitian. Berikut tersaji tabel data hasil penelitian yang telah diolah

Tabell. Hasil Regresi Ordinary Least Square

Variable	Coefficien t	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.367501	0.124501	2.951798	0.0034
CSRD	0.201859	0.079010	2.554857	0.0111
SIZE	-0.005345	0.004689	-1.139773	0.2553
ROA	-0.233129	0.081713	-2.853025	0.0046
LEV	-0.002175	0.029130	-0.074666	0.9405
CAPINT	0.003393	0.029438	0.115275	0.9083
R-squared	0.052977	Mean dependent var		0.236479
Adjusted R-squared	0.037849	S.D. dependent var		0.119269
S.E. of regression	0.116990	Akaike info criterion		-1.434827
Sum squared resid	4.283925	Schwarz criterion		-1.364008
Log likelihood	234.8549	Hannan-Quinn criter.		-1.406544
F-statistic	3.501862	Durbin-Watson stat		2.094256
Prob (F-tatistic)	0.004281			

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui nilai F hitung sebesar 3,501862 dengan probabilitas sebesar 0,004281. Nilai probabilitas kurang dari 0,05 yang berarti bahwa koefisien regresi variabel independen (CSRD) beserta variabel kontrol (SIZE, ROA, LEV, CAPINT) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (TA).

Selain uji F, dari tabel tersebut juga diperoleh analisis mengenai uji parsial. Uji t atau uji parsial digunakan untuk melihat masing-masing pengaruh variabel independen (CSRD) dan variabel kontrol (SIZE, ROA, LEV, CAPINT) terhadap variabel dependen (TA). Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa variabel independen (CSRD) dengan taraf signifikansi ($\alpha = 5\%$) atau 0,05 berpengaruh terhadap variabel dependen. Hal tersebut terlihat dari nilai probability dari variabel CSRD yang lebih kecil atau signifikan dari 0,05 yaitu sebesar 0,0111. Selanjutnya, nilai koefisien regresi sebesar 0,202 menunjukkan angka positif, hal tersebut memiliki makna bahwa variabel independen CSRD memiliki pengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Nilai t-statistik sebesar 2,554 lebih besar jika dibandingkan dengan t tabel dengan signifikansi 5% sebesar 1,9679. Hasil tersebut semakin mendukung pernyataan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Analisis tambahan juga dilakukan pada penelitian ini. Tujuan dilakukan analisis tambahan pada penelitian ini adalah untuk menguji hubungan kausalitas atau hubungan timbal balik antara variabel independen dengan variabel dependen. Analisis tambahan dilakukan dengan menggunakan uji Granger Causality Test pada *eviews 7*. Berikut tersaji tabel hasil dari uji kausalitas menggunakan Granger Causality Test.

Table 2. Hasil Uji Kausalitas

Null Hypothesis:	Obs	F-Statistic	Prob.
CSRD does not Granger Cause TA	317	3.57814	0.0291
TA does not Granger Cause CSRD		1.20206	0.3020

Tabel tersebut menunjukkan hasil uji kausalitas. Pengujian ini perlu dilakukan mengingat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson (2013) menguji variabel CSRD sebagai variabel dependen sedangkan TA sebagai variabel independen. Hal tersebut berkebalikan dengan penelitian ini, yang mana penelitian ini menguji CSRD sebagai variabel independen sedangkan TA sebagai variabel dependen.

Berdasarkan tabel tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa TA secara statistik tidak signifikan mempengaruhi CSRD. Terbukti melalui nilai probability yang berada di atas taraf signifikansi 5% ($\alpha=5\%$), yaitu sebesar 0,3020. Namun, CSRD secara statistik signifikan mempengaruhi variabel TA. Hal tersebut dapat ditunjukkan dari nilai probability yang lebih rendah dari taraf signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$), yaitu sebesar 0,0291. Berdasarkan nilai probabilitas tersebut, tampak bahwa kausalitas granger tidak berjalan dua arah, namun berjalan hanya searah yaitu dari variabel CSRD terhadap variabel TA. Lebih lanjut dapat dikatakan bahwa hasil uji hubungan kausalitas ini mendukung uji hipotesis yang telah dilakukan sebelumnya, bahwa CSRD berpengaruh positif terhadap TA.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil uji dan pembahasan sebagaimana dijelaskan sebelumnya maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima. Dengan kata lain, terdapat pengaruh antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan agresivitas pajak. Pengungkapan tanggung

jawab sosial perusahaan menjadi salah satu alat kamufase perusahaan melakukan agresivitas pajak. Selain pengungkapan tanggung jawab sosial yang memiliki pengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, variabel kontrol profitabilitas yang diukur dengan menggunakan rasio Return On Assets (ROA) memberikan pengaruh negatif signifikan dalam mempengaruhi agresivitas pajak. Hal tersebut dapat dijelaskan bahwa perusahaan yang memiliki profitabilitas yang rendah memiliki kecenderungan untuk melakukan agresivitas pajak.

Sebagaimana lazimnya penelitian empiris lainnya, penelitian ini juga memiliki beberapa keterbatasan. Berdasarkan keterbatasan dalam penelitian ini, maka berikut beberapa saran yang bisa digunakan untuk pengembangan penelitian, khususnya mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap agresivitas pajak:

1. Penelitian tentang agresivitas pajak pada perusahaan non-publik atau perusahaan yang belum terdaftar di BEI masih perlu dilakukan agar diperoleh data yang lebih mewakili perilaku agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang terdapat di seluruh Indonesia.
2. Penambahan sampel penelitian diperlukan untuk penelitian selanjutnya, sehingga bisa lebih mewakili kesimpulan untuk seluruh perusahaan yang terdapat di Indonesia.
3. Klasifikasi khusus untuk mengkategorikan perusahaan-perusahaan yang tergolong sebagai pelaku agresivitas pajak serta sebaliknya diperlukan pada penelitian selanjutnya.
4. Penelitian selanjutnya, hendaknya menambah variabel independen lain atau menggunakan metode penelitian kualitatif sehingga diharapkan dapat menjelaskan 80% faktor yang dapat mempengaruhi perusahaan untuk melakukan agresivitas pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aerts, W dan Cormier, D. 2009. "Media legitimacy and corporate environmental communication". *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 34, pp. 1-27.
- [2] Ambadar, Jackie. 2008. *Corporate Social Responsibility dalam Praktik di Indonesia*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- [3] Anguiera, Carlos Eriel Jimenez. 2008. *Tax Aggressiveness, Tax Environment Changes, and Corporate Governance*. ProQuest LLC: University of Florida.
- [4] Chen, Shuping; Xia Chen; Qiang Chen; Terry Shevlin. 2008. Are family firms more or less tax aggressive? *Science Direct: Journal of Financial Economics* Januari 2010, Vol. 95(1): 41-61.
- [5] Deegan, Craig. 2006. *Financial Accounting Theory*. Australia: McGraw Hill.
- [6] Dewan Standar Akuntansi Keuangan. 2013. Exposure Draft, Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan, Ed PSAK 46 Tentang Pajak Penghasilan. <https://staff.blog.ui.ac.id/martani/files/2011/04/ED-PSAK-46-2013.pdf>, diakses pada 1 September 2015.
- [7] Direktorat Jenderal Pajak. 2009. Susunan Dalam Satu Naskah Undang-undang Pajak Penghasilan 2008. Jakarta: Direktorat Penyuluhan Pelayanan dan Humas Direktorat Jenderal Pajak.
- [8] Freeman, R. E. 1984. Strategic management: A stakeholder approach. <http://www.stakeholdermap.com/stakeholder-theory.html>: diakses pada tanggal 5 Oktober 2014.
- [9] Gelb, David S; dan Joyce A. Strawser. 2001. Corporate Social Responsibility and Financial Disclosure: An Alternatif Explanation for Increase Disclosure. *Proquest: Journal of Business Ethic* 33, 1.
- [10] Ghozali, Imam dan Anis Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- [11] Ghozali, Imam dan Dwi Ratmono. 2013. *Analisis Multivariat dan Ekonometrika: Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Eviews 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- [12] Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [13] Grant, Richardson dan Roman Lanis. 2007. Determinants of The Variability in Corporate Effective Tax Rates and Tax Reform: Evidence From Australia. *Journal of Accounting and Public Policy* 26 (2007) 689–704.
- [14] Gujarati, Damodar N; dan Porter, Dawn C. 2010. *Basic Econometrics, Fifth Edition*. The McGraw-Hill Series Economics.
- [15] Gupta, S., dan Newberry, K. (1997). Determinants of the Variability in Corporate Effective Tax Rates: Evidence from Longitudinal Data. *Journal of Accounting and Public Policy*, 16(1).
- [16] Ilacqua, Christopher. 2008. *Corporate Social Responsibility's Impact on Stock Prices: a Quantitative Study of the U.S. Biotechnology Industry*. ProQuest LLC:
- [17] Jessica & Agus Riyanto Toly. 2014. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak. *Universitas Kristen Petra: Tax & Accounting Review*, Vol. 4, No.1.
- [18] Kansal, Monika; Joshi, Mahes; Batra, Signh Gudhip. 2014. Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosures: Evidence from India. Elsevier Ltd: *Advances in Accounting, incorporating Advances in International Accounting* 30 (2014) 217–229.
- [19] Karim, E. Khondkar; Robert Prinsker; Robin Ashok. 2013. Firm size and the

- voluntary disclosure of nonfinancial information by private managers. Emerald Group Publishing: Managerial Auditing Journal Vol. 28 No. 9, 2013 pp. 866-892.
- [20] Kementerian Perindustrian. 2012. Siaran Pers: Kemenperin Mengembangkan Wirausaha Baru yang Berdaya Saing Global. Jakarta: Kementerian Perindustrian.
- [21] Lako, Andreas. 2010. Dekonstruksi CSR & Reformasi Paradigma Bisnis & Akuntansi. Jakarta: Erlangga.
- [22] Lanis, Roman dan Grant Richardson. 2012. Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis. Elsevier Inc. All rights reserved: Journal Account Public Policy 31 (2012) 86–108.
- [23] Lanis, Roman dan Grant Richardson. 2013. Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: A Test of Legitimacy Theory. Emerald Group Publishing: Accounting, Auditing & Accountability Journal Vol. 26 No.1 pp. 75-100.
- [24] Lanis, Roman dan Grant Richardson. 2014. Is Corporate Social Responsibility Performance Associated with Tax Avoidance. Springer Science Business Media Dordrecht: Journal Business Ethincs 127: 439-457.
- Newman, W. Laurence. 2013. Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. Jakarta Utara.
- [25] Octaviana, Natasya Elma dan Abdul Rohman. Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Corporate Social Responsibility: Untuk Menguji Teori Legitimasi. Semarang: Diponegoro Journal of Accounting Volume 03, Nomor 02, Tahun 2014, Halaman 1-12, ISSN (Online): 2337-3806.
- [26] Orij, Rene. 2010. Corporate Social Disclosure In The Context Of National Cultures and Stakeholder Theory. Emerald Group Publishing Limited: Accounting, Auditing, & Accountability Journal Vol.23, No.27, pp. 868-889.
- [27] Palepu, Healy, dan Bernard. 2004. Business Analysis and Valuation Using Financial Statement 3rd Edition. United State: Thompson.
- [28] Penjelasan Atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Perubahan Keempat Atas Undang-Undang No.7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan. Dokumentasi Perpustakaan Digital Universitas Diponegoro. (eprints.undip.ac.id/1204/1/penjelasan-UU-36-2008.pdf), diakses 13 Februari 2012.
- [29] Pradipta, Dyah Hayu dan Supriyadi. 2015. Pagaruh Corporat Social Responsibility (CSR), Profitabilitas, Leverage, dan Komisaris Independen Terhadap Praktik Penghindaran Pajak. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada, Jurnal Akuntansi Volume 13, Agustus 2015.
- [30] Pradnyadari, I Dewa Ayu Intan. 2015. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak. Semarang: Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
- [31] Ramdan, Dadan M; Oginawa R. Prayogo. 2015. Ketika Industri Tambang Terbatuk-batuk. Kompas Gramedia: Tabloid Kontan edisi 18-24 Mei 2015 No. 34-XIX.
- [32] Republik Indonesia. 2007. Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT).
- [33] Republik Indonesia. 2007. Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.
- [34] Republik Indonesia. 2007. Undang-undang Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Perubahan Ketiga atas Undang-undang Nomor 6 tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan. www.dpr.go.id, diakses pada 1 September 2015.
- [35] Republik Indonesia. 2008. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor

- 36 Tahun 2008 Tentang Perubahan Keempat Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan. Dokumentasi Direktorat Jenderal Pajak (www.pajak.go.id/dmdocuments/UU-36-2008.pdf), diakses pada 13 Februari 2012.
- [36] Republik Indonesia. 2009. Undang-Undang No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan Dan Pengelolaan Lingkungan Hidup.
- [37] Republik Indonesia. 2010. Peraturan Pemerintah No.93 Tahun 2010 Tentang Sumbangan Penanggulangan Bencana Nasional, Sumbangan Penelitian dan Pengembangan, Sumbangan Fasilitas Pendidikan, Sumbangan Pembinaan Olah Raga, dan Biaya Pembangunan Infrastruktur Sosial yang dapat Dikurangkan Dari Penghasilan Bruto. www.bpkp.go.id, diakses pada 1 September 2015.
- [38] Republik Indonesia. 2012. Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas.
- [39] Republik Indonesia. 2012. Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. www.hukumonline.com, diakses pada 1 September 2015.
- [40] Resmi, Siti. 2009. Perpajakan: Teori dan Kasus. Jakarta: Salemba Empat.
- [41] Rezaee, Zabihollah. 2007. Corporate Governance Post-Sarbanes-Oxley Regulations, Requirements, and Integrated Processes. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- [42] Richardson, G., & Lanis, R. (2007). Determinants of the variability in corporate effective tax rates and tax reform: Evidence from Australia. *Journal of Accounting and Public Policy*, 26(6), 689–704.
- [43] Rosser, Andrew; Edwin, Donni. 2010. The Politics of Corporate Social Responsibility in Indonesia. *The Pacific Review*: Vol. 23 No. 1 March 2010: 1–22.
- [44] Sagala, Winarti Monika. 2015. Analisis Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak. Semarang: Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- [45] Sandhu, H.S; Kapoor, Shveta. 2010. Corporate Social Responsibility Initiatives: An Analysis of Voluntary Corporate Disclosure. *ProQuest Asian Business & Reference* pg. 47: Apr-Jun 2010.
- [46] Santoso, Iman dan Ning Rahayu. 2013. *Corporate Tax Management*. Jakarta: Observation & Research of Taxation (Ortax).
- [47] Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4 Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- [48] Setiadji, Bambang. 2010. Diusulkan Ada Pemotongan Pajak. *Harian Seputar Indonesia*. <http://www.ortax.org/ortax/?mod=berita&page=show&id=10431&q&hlm=3>. Diakses pada 1 September 2015.
- [49] Shafer, William E dan Richard S. Simmons. 2008. *Social Responsibility, Machiavellianism and Tax Avoidance (A Study of Hong Kong Tax Professionals)*. Emerald Group Publishing: Accounting, Auditing, & Accountability Journal Vol. 21 No.5 pp. 695-720.
- [50] Sron dol, Hazmi. 2015. Ternyata Tahun 1986 Freeport akan Keluar dari Indonesia. <http://ekonomi.kompasiana.com/bisnis/2015/03/23/ternyata-tahun-1986-freeport-akan-keluar-dari-indonesia-732408.html>: diakses pada tanggal 18 April 2015.
- [51] Timothy, Yeung Chi Kwan. 2010. Effects of corporate governance on tax aggressiveness. Hongkong: Baptist University.

- [52] Utami, Suci Sedy. 2015. Kasus Freeport, Pemerintah Tak Mau dibodohi. <http://ekonomi.metrotvnews.com/read/2015/01/22/348537/kasus-freeport-pemerintah-tak-mau-dibodohi>: diakses pada tanggal 18 April 2015.
- [53] Villiers, de Charl; dan Van Staden, J. Chris. 2006. Can less environmental disclosure have a legitimising effect? Evidence from Africa. Elsevier Ltd: Accounting, Organizations and Society 31 (2006) 763–781.
- [54] VOA Indonesia.2015. Eksploitasi BatuBara Rusak Kalimantan. <http://www.voaindonesia.com/content/eksploitasi-batu-bara-rusak-kalimantan/1803156.html>: diakses pada tanggal 18 April 2015
- [55] www.asean.org
- [56] www.GRI-reporting.org
- [57] www.inkrispena.org
- [58] Yoehana., Maretta. 2013. Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak. Semarang: Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- [59] Zain, Muhammad. 2008. Manajemen Perpajakan. Jakarta: Salemba Empat.
- [60] Zhang, Juyang dan Don Swanson. 2006. Analysis of News Media’s Representation of Corporate Social Responsibility (CSR). Proquest
- [61] Zuber, J.M. dan Sanders, D.L. 2013. The Influence of Attraction and Company Values on Aggressive Corporate Tax Decision-Making. *Journal of Accounting, Ethics & Public Policy* Volume 14, No. 2.
- [62] _____. 2010. ISO 26000-Guidance on Social Responsibility. www.iso.org: diakses pada 15 Mei 2015.
- [63] _____. 2015. Harian Kompas edisi Kamis 18 Mei. www.kompasprint.com
- [64] _____. 2015. Tabloid CSR Indonesia-Tebar Peduli, Bangun

Citra-Edisi Maret 2015. Jakarta: PT Multimedia Internetindo.