

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP
AGRESIVITAS PAJAK DENGAN KEPEMILIKAN KELUARGA
SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI**

(Studi Empiris Pada Perusahaan Non Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia Tahun 2012-2015)

Hasian Purba

rocket.han@yahoo.co.id

Universitas Mercu Buana

Abstract

The purpose of this study are as follows: 1) Find empirical evidence on the influence of Corporate Social Responsibility (CSR) on Tax Aggressiveness; 2) Find empirical evidence of family influence on tax aggressiveness; 3) Find empirical evidence of family closeness to corporate social responsibility to tax aggressiveness. The type of research used in this study is associative casual research (causal assosiative research). The population used in this study is all non-financial companies listed on the Indonesia Stock Exchange period 2012-2015. Sampling in this research is done by using probability sampling method with sampling technique using random sampling. The analytical method used for. Moderate Regression Analysis. The results showed, 1) Disclosure of negative Corporate Social Reporting on Tax Aggressiveness; 2) Family Ownership has a positive and significant impact on Tax Aggressiveness; 3) Family Ownership may moderate the relationship between Disclosure of Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness in a negative direction.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Family Ownership, Tax Aggressiveness

PENDAHULUAN

Direktorat Jenderal Pajak merupakan institusi yang berada di bawah Kementerian Keuangan Republik Indonesia yang bertugas mengamankan penerimaan negara dari sektor perpajakan. Setiap tahun, target penerimaan negara dari sektor perpajakan selalu meningkat. Hal ini sesuai dengan harapan pemerintah bahwa kedepannya sektor perpajakan dapat membiayai seluruh pembiayaan pembangunan.

Wajib pajak adalah orang pribadi atau badan meliputi pembayar pajak, pemotong pajak dan pemungut pajak yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan. Badan yang merupakan salah satu wajib pajak adalah sekumpulan orang dan/atau modal yang merupakan kesatuan baik yang melakukan usaha maupun yang tidak

melakukan usaha yang meliputi perseroan terbatas, perseroan komanditer, perseroan lainnya, badan usaha milik negara atau badan usaha milik daerah dengan nama dan dalam bentuk apa pun, firma, kongsi, koperasi, dana pensiun, persekutuan, perkumpulan, yayasan, organisasi massa, organisasi sosial politik, atau organisasi lainnya, lembaga dan bentuk badan lainnya termasuk kontrak investasi kolektif dan bentuk usaha tetap (Direktorat Jenderal Pajak, 2012).

Perusahaan sebagai salah satu wajib pajak mempunyai kewajiban untuk membayar pajak yang besarnya dihitung dari laba bersih yang diperolehnya. Semakin besar pajak yang dibayarkan perusahaan, maka penerimaan negara semakin banyak. Namun sebaliknya bagi perusahaan, pajak merupakan beban yang akan mengurangi laba bersih. Tujuan pemerintah untuk memaksimalkan penerimaan dari sektor pajak bertentangan dengan tujuan dari perusahaan sebagai wajib pajak, dimana perusahaan berusaha untuk mengefisienkan beban pajaknya sehingga memperoleh keuntungan yang lebih besar dalam rangka mensejahterakan pemilik dan melanjutkan kelangsungan hidup perusahaannya (Yoehana, 2013).

Berbagai upaya manajemen perusahaan yang dirancang khusus untuk meminimalkan beban pajak secara agresif merupakan fenomena yang umum di seluruh negara. Agresivitas pajak dapat didefinisikan sebagai semua upaya yang dilakukan oleh manajemen untuk menurunkan jumlah beban pajak dari yang seharusnya dibayar oleh perusahaan (Lanis dan Richardson, 2012). Sementara, Frank, Lynch dan Rego (2009) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai sebuah tindakan merekayasa pendapatan kena pajak yang dirancang melalui tindakan perencanaan pajak baik menggunakan cara yang tergolong legal (*tax avoidance*) maupun ilegal (*tax evasion*).

Perusahaan yang melakukan berbagai upaya yang termasuk dalam kategori agresivitas pajak dapat menyebabkan citra negatif di mata masyarakat. Agresivitas pajak dalam pandangan masyarakat merupakan suatu kegiatan yang tidak bertanggung jawab secara sosial dan tidak sah (Lanis dan Richardson, 2012). Tindakan perusahaan dalam hal meminimalkan pembayaran pajak tidak sesuai dengan pandangan dan harapan masyarakat karena pajak yang dibayar perusahaan memiliki implikasi penting bagi masyarakat dalam hal pendanaan barang publik seperti pendidikan, kesehatan, infrastruktur, pertahanan nasional, dan sebagainya.

Pada sisi lain, *corporate social responsibility* (CSR) dipandang sebagai suatu tindakan strategik perusahaan dalam rangka memperoleh citra (*image*) yang baik di mata masyarakat. Lanis dan Richardson (2012) berargumen bahwa CSR dianggap sebagai faktor kunci dalam keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan karena pada hakekatnya aktivitas perusahaan tidak terlepas dari kontrak sosial dengan masyarakat.

Adanya argumen yang menyatakan bahwa pajak merupakan biaya bagi perusahaan dan pemilik perusahaan, tidak serta merta membuat perusahaan melakukan tindakan pajak agresif. Hal ini dikarenakan tindakan pajak agresif dapat menimbulkan konsekuensi biaya lain, yaitu biaya akibat dari masalah yang timbul akibat adanya masalah keagenan (*agency problem*). Selain itu, mendirikan perusahaan keluarga juga menyiratkan konflik keagenan yang lebih besar antara pemegang saham besar dan minoritas, dan konflik keagenan yang lebih kecil

antara pemilik dan manajer. sifat dan tingkat konflik keagenan dapat mempengaruhi tingkat pajak agresif (Sari dan Martani. 2010).

Masalah keagenan dalam perusahaan tidak selalu sama tingkatannya. Menurut (Sari dan Martani. 2010) perbandingan tingkat keagresifan pajak perusahaan keluarga dengan perusahaan non-keluarga tergantung dari seberapa besar efek manfaat atau biaya yang timbul dari tindakan pajak agresif tersebut terhadap pemilik perusahaan yang berasal dari keluarga pendiri (*family owners*), atau efek yang diterima manajer dalam perusahaan non-keluarga. Hasil penelitian (Chen et al, 2010) menunjukkan bahwa ternyata tingkat keagresifan pajak perusahaan keluarga lebih kecil daripada perusahaan non-keluarga. Hal ini terjadi karena diduga *family owners* lebih rela membayar pajak lebih tinggi, daripada harus membayar denda pajak dan menghadapi kemungkinan rusaknya reputasi perusahaan akibat audit dari fiskus pajak. Fiskus pajak merupakan petugas pemeriksa pajak.

Alasan meneliti perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2012-2015 adalah karena perusahaan keuangan memiliki karakteristik keuangan yang berbeda dengan perusahaan lainnya, sehingga dapat menimbulkan bias hasil penelitian. Hal ini dikarenakan oleh peraturan pemerintah yang cenderung mempengaruhi nilai ETR perusahaan keuangan sehingga berbeda dengan perusahaan lainnya (Lanis dan Richardson, 2012). Selain itu, pada perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) lebih banyak mempunyai pengaruh/dampak terhadap lingkungan di sekitarnya sebagai akibat dari aktivitas yang dilakukan perusahaan. Dan juga perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) banyak menggunakan potensi baik alam maupun sumber daya manusia di wilayah sekitar mereka, yang secara otomatis pelaksanaan CSR sangat bermanfaat bagi perusahaan dan ditunggu-tunggu oleh masyarakat di sekitar perusahaan tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Legitimasi

Menurut Ahmad dan Sulaiman (2004) teori legitimasi didasarkan pada pengertian kontrak sosial yang diimplikasikan antara institusi sosial dan masyarakat. Shocker dan Sethi (dikutip oleh Ghazali dan Chariri, 2007) memberikan penjelasan tentang konsep kontrak sosial sebagai berikut : Semua institusi sosial tidak terkecuali perusahaan beroperasi di masyarakat melalui kontrak sosial baik eksplisit maupun implisit dimana kelangsungan hidup dan pertumbuhannya didasarkan pada : a) Hasil akhir (*output*) yang secara sosial dapat diberikan kepada masyarakat luas; b) Distribusi manfaat ekonomi, sosial atau politik kepada kelompok sesuai dengan power yang dimiliki.

Teori legitimasi juga menjelaskan bahwa praktik pengungkapan tanggung jawab perusahaan harus dilaksanakan sedemikian rupa agar aktivitas dan kinerja perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Ghazali dan Chariri (2007) menjelaskan bahwa guna melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat,

perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan.

Teori legitimasi merupakan teori yang paling sering digunakan terutama ketika berkaitan dengan wilayah sosial dan akuntansi lingkungan. Meskipun masih terdapat pesimisme yang kuat yang dikemukakan oleh banyak peneliti, teori ini telah dapat menawarkan sudut pandang yang nyata mengenai pengakuan sebuah perusahaan secara sukarela oleh masyarakat.

Teori Stakeholder

Konsep tanggungjawab social perusahaan telah mulai dikenal sejak awal 1970-an, yang secara umum dikenal dengan *stakeholder theory* artinya sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. *Stakeholder theory* dimulai dengan asumsi bahwa nilai (*value*) secara eksplisit dan takdipungkiri merupakan bagian dari kegiatan usaha. (Freeman, et al., 2002 dalam Oktavia & Hermi, 2014).

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007).

Teori Agency

Agency Theory atau teori *agency* dapat dipandang sebagai suatu model kontraktual antara dua atau lebih orang (pihak), dimana salah satu pihak disebut *agent* dan pihak yang lain disebut *principal*. *Principal* mendelegasikan pertanggungjawaban atas *decision making* kepada *agent*, hal ini dapat puladikatakan bahwa *principal* memberikan suatu amanah kepada *agent* untuk melaksanakan tugas tertentu sesuai dengan kontrak kerja yang telah disepakati. Wewenang dan tanggung jawab *agent* maupun *principal* diatur dalam kontrak kerja atas persetujuan bersama (Wahyuni, 2013).

Corporate Social Responsibility (CSR)

Sampai sekarang belum ada pengertian tunggal mengenai CSR. Menurut *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)*, CSR adalah keterpanggilan dunia bisnis untuk bertindak etis dan berkontribusi dalam dunia pembangunan ekonomi berkelanjutan, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup para karyawan beserta keluarganya, sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas setempat dan masyarakat luas. Sejalan dengan WBCSD, *World Bank* mendefinisikan CSR yaitu ” *the commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives the local community and society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development.* ”

Menurut Uni Eropa dalam Anggraini (2006) “*CSR is concept whereby companies integrate social and enviromental concerns in their business operations and in their interaction with their stakeholders on a voluntary basic.*”

Di Indonesia CSR disepadankan dengan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TSL). Sebagaimana tercantum didalam UU Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007. Dalam UU tersebut TSL sebagai 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.

Dari penjelasan mengenai pengertian di atas, CSR merupakan tanggung jawab perusahaan yang tidak memiliki nilai ekonomis secara langsung tetapi memiliki pengaruh yang besar bagi *going concern* dan eksistensi perusahaan. Umpan balik yang didapat dari kegiatan CSR ini tidak langsung dapat dinikmati begitu kegiatan ini dilaksanakan. Tetapi memiliki efek jangka panjang yang sangat penting bagi keberadaan perusahaan, seperti misalnya dukungan dari masyarakat tempat kegiatan usaha atau loyalitas pelanggan terhadap produk yang ditawarkan.

Menurut Wibisono (2007), CSR terdiri dari beberapa komponen utama yaitu perlindungan lingkungan, perlindungan dan jaminan karyawan, interaksi dan keterlibatan perusahaan dengan masyarakat, kepemimpinan dan pemegang saham, penanganan produk dan pelanggan, pemasok (*supplier*), serta komunikasi dan laporan.

Menurut Susanto (2003) apabila melihat praktek pelaksanaan CSR, maka sekurang-kurangnya dapat dikelompokkan dalam tiga bagian yaitu: 1) *Social Obligation*; 2) *Social Reaction*; dan 3) *Social Response*.

Menurut Anggraini (2003) manfaat CSR dapat diidentifikasi sebagai berikut: 1) Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan *brand image* perusahaan; 2) Layak mendapatkan *Social License to Operate*; 3) Mereduksi resiko bisnis perusahaan; dan 4) Melebarkan akses sumber daya.

Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak merupakan hal yang telah umum terjadi di perusahaan-perusahaan di dunia. Agresivitas pajak adalah aktivitas yang dilakukan untuk meminimalkan beban pajak melalui cara legal, ilegal, atau kedua-duanya. Meskipun tindakan tersebut bertujuan untuk meminimalkan pajak perusahaan, tapi tidak sesuai dengan harapan masyarakat dan merugikan pemerintah juga.

Pembayaran pajak perusahaan seharusnya memiliki implikasi bagi masyarakat dan sosial karena membentuk fungsi yang penting dalam membantu mendanai penyediaan barang publik dalam masyarakat, termasuk hal-hal seperti pendidikan, pertahanan nasional, kesehatan masyarakat, transportasi umum, dan penegakan hukum (Lanis dan Richardson, 2011). Selain itu Lanis dan Richardson (2011) juga menjelaskan, isu yang paling signifikan yang timbul dalam upaya menerapkan prinsip-prinsip CSR untuk pajak perusahaan meliputi tindakan-tindakan yang dapat mengurangi kewajiban pajak perusahaan melalui penghindaran pajak perusahaan dan perencanaan pajak. Lanis dan Richardson (2013) menyebutkan bahwa agresivitas pajak adalah strategi perusahaan yang

tidak sesuai dengan harapan masyarakat. Lanis dan Richardson (2011) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai keinginan dan tindakan meminimalkan beban pajak dengan cara legal, ilegal, atau keduanya. Selain itu, menurut Hlaing (2012) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai kegiatan perencanaan yang terlibat dalam usaha mengurangi tingkat pajak yang efektif. Risiko pajak termasuk risiko membayar pajak kurang dari yang disyaratkan dalam undang-undang pajak, dan kerusakan reputasi yang timbul dari kesalahan tersebut dapat mengakibatkan biaya tambahan. Dewan Komisaris memiliki kewajiban penting untuk berpartisipasi dalam pengelolaan pajak yang berisiko, sehingga terjadi keseimbangan antara risiko dan peluang dalam perusahaan (Richardson *et al.*, 2013). Pajak merupakan komponen penting dari sistem manajemen risiko dan pengendalian internal. Aturan yang sama berlaku untuk risiko pajak dalam hal pengakuan dan pengendalian risiko bisnis umum dan membangun lingkungan pengendalian secara umum yang biasanya menjadi tugas dewan. (Richardson *et al.*, 2013)

Ada berbagai macam proksi pengukuran agresivitas pajak, antara lain : *Effective Tax Rates (ETR)*, *Book Tax Differences*, *Discretionary Permanent BTDS (DTAX)*, *Unrecognize Tax benefit*, *Tax Shelter Activity*, dan *Marginal tax rate*. Dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat agresivitas pajak perusahaan menggunakan proksi yang digunakan Lanis dan Richardson (2011) yaitu *Effective Tax Rates (ETR)*. Alasan mengapa menggunakan ETR adalah karena peneliti-peneliti sebelumnya seperti Dyreng *et al.*, 2008; Khurana dan Moser, 2009; Lanis dan Richardson, 2011; Hlaing, 2012; Lanis dan Richardson, 2013; Richardson *et al.*, 2013; telah banyak yang menggunakannya dan indikator ini sementara dinilai sebagai indikator yang hasilnya paling akurat. Nilai yang rendah dari ETR dapat menjadi indikator adanya agresivitas pajak. Proksi ETR dinilai menjadi indikator adanya agresivitas pajak apabila memiliki ETR yang mendekati nol. Semakin rendah nilai ETR yang dimiliki perusahaan maka semakin tinggi tingkat agresivitas pajak. ETR yang rendah menunjukkan beban pajak penghasilan lebih kecil dari pendapatan sebelum pajak.

Kepemilikan Keluarga

Perusahaan keluarga menurut (Villalonga dan Amit, 2007) adalah sebagai suatu bentuk perusahaan dengan kepemilikan dan manajemen yang dikelola dan dikontrol oleh pendiri atau anggota keluarganya atau kelompok yang memiliki pertalian keluarga, baik yang tergolong keluarga inti atau perluasannya (baik yang memiliki darah atau ikatan perkawinan). Pada perusahaan yang demikian, hasil yang diperoleh perusahaan didistribusikan sedemikian rupa ke pundi-pundi kelompok yang memiliki pertalian keluarga tersebut. Dalam perusahaan keluarga personil-personil tersebut dapat menempati posisi karyawan, direksi, *blockholder*, baik individual maupun membentuk satu kelompok.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan salah satu karakteristik yang penting. Perusahaan yang besar tentu akan menjaga *image* dengan mengungkapkan informasi yang akurat dan relevan dan tentu saja akan melakukan tanggung jawab

sosial perusahaan untuk menarik perhatian masyarakat sehingga mendapatkan kesan yang baik. Hal ini sesuai dengan pernyataan Cho et al (2010) dalam Lanis dan Richardon (2013) yang mengatakan bahwa perusahaan dengan skala besar akan mengungkapkan CSR lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil dalam laporan tahunan dikarenakan visibilitas yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan hal yang positif terkait dengan pengungkapan CSR (Patten 1992, 2002 ; Hackston dan Milne,1996; Clarkson et al, 2008; Cho et al,2010 dalam Lanis dan Richardon, 2013).

Likuiditas

Subramanyam dan Wild (2010) mendefinisikan likuiditas sebagai kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang secara konvensional, 'jangka pendek' dianggap periode hingga satu tahun meskipun dikaitkan dengan siklus operasional normal perusahaan. Dengan demikian likuiditas sangat penting bagi sebuah perusahaan. Likuiditas dapat digunakan untuk memperhitungkan dampak yang berasal dari ketidakmampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya.

Dalam kaitannya dengan pajak, Suyanto dan Supramono (2010) menyatakan bahwa likuiditas sebuah perusahaan diprediksi akan mempengaruhi agresivitas pajak perusahaan. Perusahaan yang memiliki likuiditas tinggi menggambarkan arus kas yang baik sehingga perusahaan tersebut tidak enggan untuk membayar seluruh kewajibannya termasuk membayar pajak sesuai peraturan yang berlaku. Senada dengan hal tersebut Bradley dan Siahaan (dalam Suyanto dan Supramono, 2010) yang menemukan bahwa perusahaan yang memiliki arus kas yang rendah akan tidak taat terhadap pajak guna mempertahankan arus kas perusahaan dari pada harus membayar pajak.

Likuiditas mencerminkan kemampuan arus kas perusahaan. Likuiditas diperoleh dengan membandingkan total aset lancar perusahaan dan total kewajiban lancar perusahaan. Semakin tinggi Likuiditas artinya perusahaan mampu memenuhi kewajiban lancarnya dengan aset lancar yang dimilikinya (Wiagustini, 2010).

$$Likuiditas = \frac{Aktiva\ lancar}{Hutang\ Lancar}$$

Leverage

Riyanto (2001) dalam Octaviana (2014) mendefinisikan *Leverage* sebagai rasio yang timbul apabila dalam kegiatan operasionalnya perusahaan menggunakan dana pinjaman atau menggunakan dana yang memiliki beban bunga. Gupta dan Newberry (1997) menyatakan bahwa keputusan pembiayaan perusahaan dapat berdampak pada ETR karena ketetapan pajak biasanya memungkinkan perlakuan pajak yang berbeda untuk keputusan struktur modal perusahaan.

Leverage menunjukkan seberapa besar aset perusahaan yang berasal dari modal eksternal. *Leverage* diperoleh dengan membandingkan total kewajiban perusahaan dan total aset perusahaan. Semakin tingginya rasio *Leverage*, semakin tinggi proporsi aset perusahaan yang berasal dari pembiayaan eksternal (Wiagustini, 2010).

$$\text{Leverage} = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Total Aset}}$$

Kajian Penelitian Terdahulu

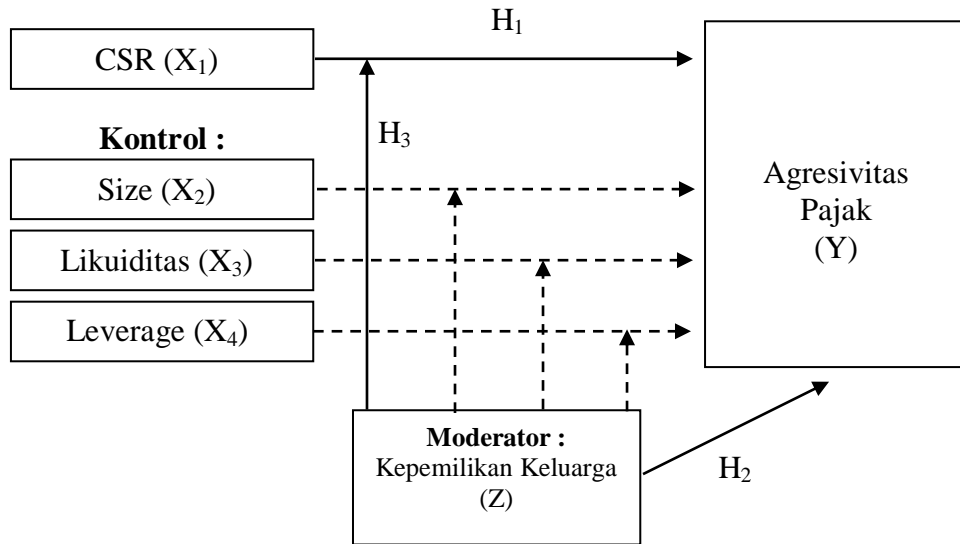
Penelitian terdahulu yang dapat mendukung penelitian ini adalah Timothy (2010) dalam penelitiannya yang berjudul “*Effect of Corporate Governance on Tax Aggressiveness*” memberikan bukti bahwa tata kelola perusahaan mempengaruhi agresivitas pajak. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan yang terdaftar di *Hongkong Stock Exchange* dengan menggunakan analisis regresi. Variabel dependen dalam penelitian adalah agresivitas pajak yang diproksikan dalam ETR. Variabel independen dalam penelitian ini adalah tata kelola perusahaan yang diproksikan dalam jumlah saham yang dimiliki oleh direksi, dewan direksi independen, kekuatan *shareholder*, kekuatan *shareholder* minoritas, dan tarif pajak.

Watson (2012) dalam penelitiannya yang berjudul “*Corporate Social Responsibility, Tax Avoidance, and Tax Aggressiveness*” memberikan bukti bahwa terdapat hubungan negatif antara CSR dan tarif pajak yang berlaku (ETR). Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah agresivitas pajak (ETR) dan variabel independennya adalah CSR. Alat statistik yang digunakan adalah analisis regresi OLS.

Lanis dan Richardson (2012) dalam penelitiannya yang berjudul “*Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis*” memberikan bukti empiris bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan, semakin rendah tingkat agresivitas pajak yang dilakukan. Sampel yang digunakan adalah perusahaan publik Australia yang terdaftar dalam *Aspect-Huntley Financial Database* periode tahun 2008-2009 dengan menggunakan analisis regresi tobit. Variabel independen dalam penelitian ini adalah CSR yang diproksikan dalam *CSR disclosure* dan variabel dependen dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak perusahaan yang diproksikan dalam dua proksi ETR (*Effective Tax Rates*).

Rerangka Pemikiran Teoritis

Berdasarkan landasan teori dan beberapa penelitian terdahulu, kerangka dalam penelitian ini dapat ditunjukkan oleh gambar berikut:



Gambar 2.1 Model Penelitian

Hipotesis Penelitian

Dari kerangka pemikiran di atas maka peneliti menarik suatu hipotesa sebagai berikut:

- Ha₁ = *Corporate Social Responsibility* (X₁) berpengaruh negatif terhadap Agresivitas Pajak (Y)
- Ha₂ = Kepemilikan Keluarga (Z) berpengaruh negatif terhadap Agresivitas Pajak (Y)
- Ha₃ = Kepemilikan Keluarga (Z) dapat memoderasi hubungan antara Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (X₁) dengan Agresivitas Pajak (Y)

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif kasual (*causal associative research*). Menurut Sanusi (2011), asosiatif-kausal adalah penelitian yang mencari hubungan antara dua variabel atau lebih. Tujuan dari penelitian asosiatif adalah untuk mencari hubungan antara satu variabel dengan variabel lain.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variable dependen, variable independen, variabel moderating dan variabel kontrol.

Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Penelitian ini menggunakan variabel *Corporate Social Responsibility* sebagai variable independen. *Corporate Social Responsibility* yaitu mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stockholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum.

Pengungkapan *corporate social responsibility* merupakan pengungkapan informasi terkait dengan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan. Pengungkapan *corporate social responsibility* diukur dengan proksi CSRI (*corporate social responsibility index*) berdasarkan indikator GRI (*global reporting initiatives*) versi 3.1 yang diperoleh dari *website* (www.globalreporting.org). Menurut *Global Reporting Initiative* 3.1 sebagai pedoman pengungkapan laporan sosial perusahaan, analisis ini menggambarkan upaya transaksional untuk memperpanjang kredibilitas pelaporan keuangan pada area tanggung jawab sosial dengan menggunakan standar penyusunan pelaporan yang digunakan secara internasional (Robert dan Koeplin, 2007).

Indikator pengungkapan *corporate social responsibility* yang dipakai dalam penelitian ini mengacu pada penelitian Sembiring (2005). Selanjutnya Sembiring (2005) telah memodifikasi bentuk pengungkapan sosial Hendriksen dan Milne (1996) agar sesuai dengan kondisi di Indonesia. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 79 item pengungkapan yang terdiri dari 7 tema pengungkapan yaitu: Lingkungan, Energi, Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja, Lain-lain Tenaga Kerja, Produk, Ketrlibatan Masyarakat dan Umum.

Perhitungan variabel ini dilakukan oleh peneliti dengan mengukur pengungkapan tanggungjawab sosial laporan tahunan yang dilakukan dengan pengamatan mengenai ada tidaknya suatu item informasi yang ditentukan dalam laporan tahunan dengan asumsi setiap yang diungkapkan pasti telah dilakukan, apabila item informasi tidak ada dalam laporan keuangan maka diberi skor 0, dan jika item informasi yang ditentukan ada dalam laporan tahunan maka diberi skor 1. Metode pengukuran ini dinamakan dengan *Checklist* data (Haniffa et al, 2005 dalam Untari, 2010). Pada variabel ini, perhitungan dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan rumus indeks tanggungjawab sosial untuk menghitung pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan, yaitu :

$$\text{Indeks CSR} = \frac{\sum \text{Skor}}{\text{Skor Maks} = 78}$$

Variabel dependen adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variable independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Agresivitas Pajak. Agresivitas pajak adalah keinginan perusahaan untuk meminimalkan beban pajak yang dibayar dengan cara yang legal, ilegal, maupun kedua-duanya. Penelitian ini mengukur agresivitas pajak dalam satu proksi pengukuran utama yaitu *Effective Tax rates* (ETR) sesuai dengan model proksi Lanis dan Richardson (2012) yang dihitung dari:

$$\text{ETR} = \frac{\text{beban pajak penghasilan}}{\text{laba sebelum pajak}}$$

Variabel moderating adalah variabel yang mempengaruhi (memperkuat atau memperl lemah) hubungan antara variable independen dan variable dependen. Penelitian ini menggunakan variable Kepemilikan Keluarga sebagai variabel moderating. Kepemilikan Keluarga (Arifin, 2003 dalam Sari dan Martani, 2010) yaitu semua individu dan perusahaan yang kepemilikannya tercatat (kepemilikan

> 5% wajib dicatat), yang bukan perusahaan publik, negara, institusi keuangan, dan publik (individu yang kepemilikannya tidak wajib dicatat).

Dalam penelitian ini kepemilikan keluarga diukur dengan menggunakan variabel dummy yaitu nilai 1 jika proporsi kepemilikan keluarga > 50%, dan bernilai 0 jika sebaliknya. Perusahaan yang memiliki proporsi kepemilikan keluarga > 50% akan diberi nilai 1 dan dikategorikan sebagai perusahaan keluarga dan perusahaan yang memiliki proporsi kepemilikan keluarga kurang dari < 50% akan diberi nilai 0 dan dikategorikan sebagai perusahaan non-keluarga.

Variabel kontrol adalah variabel yang digunakan untuk mengontrol agar variabel lain selain variabel independen yang digunakan dalam penelitian tidak berpengaruh. Variabel kontrol dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, *capital intensity*, dan Leverage.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan non-keuangan yang *listing* di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2015. Alasan memilih perusahaan non-keuangan sebagai sampel perusahaan adalah karena perusahaan keuangan memiliki karakteristik keuangan yang berbeda dengan perusahaan lainnya, sehingga dapat menimbulkan bias hasil penelitian. Hal ini dikarenakan oleh peraturan pemerintah yang cenderung mempengaruhi nilai ETR perusahaan keuangan sehingga berbeda dengan perusahaan lainnya (Lanis dan Richardson, 2012).

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *random sampling*. Kriteria-kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : 1) Perusahaan mempublikasikan laporan tahunan dan laporan keuangan selama 4 tahun berturut-turut (2012-2015) yang dapat diakses dari situs BEI (www.idx.co.id) atau dari situs perusahaan dan memiliki data lengkap yang dibutuhkan dalam penelitian ini. 2) Perusahaan yang mengungkapkan aktivitas *corporate social responsibility* dalam laporan tahunan. 3) Perusahaan tidak mengalami kerugian selama tahun penelitian. Hal ini karena akan menyebabkan nilai ETR menjadi negatif sehingga akan menyulitkan penghitungan. 4) Perusahaan yang memiliki ETR antara 0-1 sehingga dapat mempermudah dalam penghitungan, dimana semakin rendah nilai ETR (mendekati 0) maka perusahaan dianggap semakin agresif terhadap pajak. **Tabel**

3.2 Proses Seleksi Sampel

No	Keterangan	Jumlah
1	Perusahaan non-keuangan yang <i>listing</i> di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2015	389
2	Perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan tahunan dan laporan keuangan selama 4 tahun berturut-turut.	21
3	Perusahaan yang tidak mengungkapkan aktivitas <i>corporate social responsibility</i> dalam laporan tahunan.	19
4	Perusahaan yang mengalami kerugian selama tahun penelitian.	209
5	Perusahaan yang memiliki ETR kurang dari 0 dan lebih dari satu	91
6	Perusahaan yang memiliki data lengkap sesuai kriteria yang ada	49

Menurut kriteria tersebut di atas, jumlah sampel perusahaan yang digunakan sebanyak 49 perusahaan selama 4 periode yaitu 2012, 2013, 2014 dan 2015. Maka didapatkan jumlah sampel sebanyak 49 perusahaan x 4 periode = 196 data yang akan digunakan dalam penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan guna mendukung penelitian ini maka teknik pengumpulan data adalah: 1) Riset Lapangan dan 2) Riset Kepustakaan

Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan merupakan data kuantitatif. Sedangkan sumber data yang digunakan merupakan jenis data sekunder. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan non-keuangan yang listing di BEI selama tahun 2012-2015, yang didokumentasikan dalam *www.idx.co.id* serta sumber lain yang relevan seperti *Indonesia Capital Market Directory (ICMD)*.

Data yang diambil berupa data *cross section*, artinya bahwa pengumpulan data dilakukan dari berbagai sumber informasi perusahaan dari Bursa Efek Indonesia selama tahun 2012-2015.

Metode Analisis

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk memberikan deskripsi tentang karakter variabel penelitian dengan menggunakan tabel distribusi frekuensi yang menunjukkan angka modus, kisaran skor dan standar deviasi.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum data dianalisis lebih lanjut menggunakan analisis regresi berganda, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari: Uji normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji autokorelasi, dan Uji heterokedastisitas.

Uji Interaksi

Untuk regresi dengan variabel moderating, ada tiga uji yaitu : (1) Uji interaksi, (2) uji nilai selisih mutlak, dan (3) uji residual. Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat menggunakan variabel pemoderasi. Variabel pemoderasi ini akan memperkuat hubungan variabel bebas dan variabel terikat. Model regresi yang dapat digunakan untuk menguji pengaruh variabel pemoderasi adalah uji interaksi, uji nilai selisih mutlak, dan uji residual (Ghozali, 2011).

Penelitian ini menggunakan Uji interaksi. Uji interaksi atau sering disebut dengan *Moderated Regression Analysis (MRA)* merupakan aplikasi khusus regresi berganda linear dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen) (Ghozali, 2011). Adapun model persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \varepsilon$$

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 Z + \varepsilon$$

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 Z + \beta_6 X_1 * Z + \beta_7 X_2 * Z + \beta_8 X_3 * Z + \beta_9 X_4 * Z + \varepsilon$$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan non-keuangan yang terdaftar di BEI periode tahun 2010 sampai 2015 sebanyak 388 perusahaan. Sampel adalah wakil dari populasi yang diteliti. Dalam pengambilan sampel, teknik yang digunakan adalah teknik pemilihan sampel dengan *random sampling*. Dari sejumlah populasi selama periode pengamatan, diperoleh sampel sebanyak 180 data, adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Perusahaan yang mempublikasikan laporan tahunan dan laporan keuangan selama 4 tahun berturut-turut (2012-2015) yang dapat diakses dari situs BEI (*www.idx.co.id*) atau dari situs perusahaan dan memiliki data lengkap yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
- b. Perusahaan yang mengungkapkan aktivitas *corporate social responsibility* dalam laporan tahunan.
- c. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian selama tahun penelitian. Hal ini karena akan menyebabkan nilai ETR menjadi negatif sehingga akan menyulitkan penghitungan.
- d. Perusahaan yang memiliki ETR antara 0-1 sehingga dapat mempermudah dalam penghitungan, dimana semakin rendah nilai ETR (mendekati 0) maka perusahaan dianggap semakin agresif terhadap pajak.

Deskripsi Data Penelitian

Hasil statistik deskriptif tentang variabel-variabel penelitian disajikan dalam tabel 4.1. Dari tabel tersebut dapat diketahui informasi tentang rata-rata, nilai maksimum, nilai minimum dan standar deviasi. **Tabel 4.1 Hasil Statistik Deskriptif**

Variabel	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Pengungkapan CSR	0,20	0,76	0,37	0,123
Ukuran Perusahaan	26	33	29,15	1,683
Likuiditas	0,04	7,04	1,85	1,401
Leverage	0,08	4,20	0,47	0,429
Kepemilikan Keluarga	0,00	1,00	0,30	0,460
Agresivitas Pajak	0,00	0,87	0,22	0,180

Sumber : Data yang diolah (2017)

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat disajikan hasil statistik deskriptif tentang variabel-variabel penelitian sebagai berikut :

Variabel Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* memiliki nilai terendah (minimum) sebesar 0.20 (20%) yang dimiliki oleh PT. Asahimas Flat Glass Tbk dan nilai tertinggi (maksimum) sebesar 0.77 (77%) yang dimiliki oleh PT. Atlas Resources Tbk. Serta nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0.37 (37%) dan standar deviasi sebesar 0.123 (12,3%). Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan yang menjadi sampel pada penelitian ini adalah sebesar 37% dari total kriteria Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan dan dapat pula dinyatakan bahwa rata-rata indeks Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* oleh perusahaan adalah relatif rendah.

Variabel Ukuran Perusahaan memiliki nilai rata-rata sebesar 29.15% dengan nilai standar deviasi sebesar 1.683%, yang berarti variasi data kecil (kurang dari 27.467% dari mean). Variabel Ukuran Perusahaan berkisar dari nilai terendah sebesar 26% yaitu perusahaan PT. Sekar Laut. Tbk sampai dengan nilai tertinggi sebesar 33% yaitu perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk. Nilai rata-rata Variabel Ukuran Perusahaan sebesar 29.15% mengindikasikan bahwa variabel Ukuran Perusahaan terdistribusi normal, karena nilai standar deviasi variabel Ukuran Perusahaan lebih kecil dari nilai rata-rata variabel Ukuran Perusahaan.

Variabel Likuiditas memiliki nilai rata-rata sebesar 1.85% dengan nilai standar deviasi sebesar 1.401%, yang berarti variasi data kecil (kurang dari 0.449% dari mean). Variabel Likuiditas berkisar dari nilai terendah sebesar 0.04% yaitu perusahaan PT. Arpeni Pratama Ocean Line Tbk. sampai dengan nilai tertinggi sebesar 7.04% yaitu perusahaan PT. Mandom Indonesia. Tbk. Nilai rata-rata Variabel Likuiditas sebesar 1.85% mengindikasikan bahwa variabel Likuiditas terdistribusi normal, karena nilai standar deviasi variabel Likuiditas lebih kecil dari nilai rata-rata variabel Likuiditas.

Variabel Lverage memiliki nilai rata-rata sebesar 0.47% dengan nilai standar deviasi sebesar 0.429%, yang berarti variasi data kecil (kurang dari 0.041% dari mean). Variabel Lverage berkisar dari nilai terendah sebesar 0.08% yaitu perusahaan PT. Kedawung Setia Industrial. Tbk. sampai dengan nilai tertinggi sebesar 4.2% yaitu perusahaan PT. Arpeni Pratama Ocean Line Tbk. Nilai rata-rata Variabel Lverage sebesar 0.47% mengindikasikan bahwa variabel Lverage terdistribusi normal, karena nilai standar deviasi variabel Lverage lebih kecil dari nilai rata-rata variabel Lverage.

Variabel Kepemilikan Keluarga memiliki nilai rata-rata sebesar 0.3 dengan nilai standar deviasi sebesar 0.460, yang berarti variasi data besar (lebih dari 0.16 dari mean). Variabel Kepemilikan Keluarga berkisar dari nilai terendah sebesar 0% sampai dengan nilai tertinggi sebesar 1. Nilai rata-rata Variabel Kepemilikan Keluarga sebesar 0.3 mengindikasikan bahwa variabel Kepemilikan Keluarga tidak terdistribusi normal, karena nilai standar deviasi variabel Kepemilikan Keluarga lebih besar dari nilai rata-rata variabel Kepemilikan Keluarga.

Variabel Agresivitas Pajak yang diukur dengan ETR memiliki nilai rata-rata sebesar 0.22% dengan nilai standar deviasi sebesar 0.180%, yang berarti variasi

data kecil (kurang dari 0.04% dari mean). Variabel Agresivitas Pajak berkisar dari nilai terendah sebesar 0% yaitu perusahaan PT. Bumi Serpong Damai Tbk. sampai dengan nilai tertinggi sebesar 0.87% yaitu perusahaan PT. Kalbe Farma. Tbk. Nilai rata-rata Variabel Agresivitas Pajak sebesar 0.22% mengindikasikan bahwa variabel Agresivitas Pajak terdistribusi normal, karena nilai standar deviasi variabel Agresivitas Pajak lebih kecil dari nilai rata-rata variabel Agresivitas Pajak.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Pengujian normalitas dengan menggunakan uji *Lilliefors*. Ketentuan dalam uji galat adalah bila statistik $L_{hitung} < L_{tabel}$ ($\alpha = 0.05$), maka data galat berdistribusi normal. Tetapi apabila $L_{hitung} > L_{tabel}$ ($\alpha = 0.05$), maka data tidak berdistribusi normal. Hasil perhitungannya sebagai berikut:

Tabel 4.2 Rangkuman Uji Normalitas

No	Taksiran	n	L _{hitung}	L _{Tabel}		Keputusan
				$\alpha = 0,05$	$\alpha = 0,01$	
1	Y atas X1	180	-0.0280	0.0660	0.0768	Normal
2	Y atas X2	180	0.0275	0.0660	0.0768	Normal
3	Y atas X3	180	0.0348	0.0660	0.0768	Normal
4	Y atas X4	180	0.0275	0.0660	0.0768	Normal
5	Y atas Z	180	0.0406	0.0660	0.0768	Normal

Sumber: Data yang diolah (2017)

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai L_{hitung} adalah -0.0280, 0.0275, 0.0348, 0.0275, dan 0.0406, nilai-nilai L_{hitung} tersebut ternyata lebih kecil dari pada nilai L_{tabel} ($n = 180$ dan $\alpha = 0.05$) adalah 0.0660. Dengan demikian dapat dikemukakan bahwa data galat berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (Gozali, 2011). Deteksi terhadap ada tidaknya multikolonieritas dalam penelitian ini dengan (1) menganalisis matrik korelasi antar variabel bebas, jika antar variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya di atas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolonieritas, (2) Melihat nilai *tolerance* dan nilai *variance inflation factor*, suatu model regresi yang bebas dari masalah multikolonieritas apabila mempunyai nilai *tolerance* lebih dari 0.10 atau 10% dan nilai *variance inflation factor* (VIF) kurang dari 10. Hasil perhitungan tolerance sesuai Tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Pengungkapan CSR	0.644	1.554
Ukuran Perusahaan	0.984	1.016
Likuiditas	0.851	1.175
Leverage	0.852	1.173
Kepemilikan Keluarga	0.648	1.543

Sumber: Data yang diolah

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0.01 (10%); semua nilai tolerancenya lebih dari 0.01 (10%); yang berarti tidak ada korelasi antar variabel. Hasil perhitungan nilai *variance inflation factor* (VIF) juga menunjukkan hal yang sama, tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai VIF lebih dari 10; nilai *variance inflation factor* (VIF) semuanya kurang dari 10. Kesimpulannya adalah tidak ada multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi berdasarkan uji nilai *tolerance*.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode tertentu dengan kesalahan pengganggu periode sebelumnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan pengujian Durbin-Watson (DW). Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada Tabel 4.4:

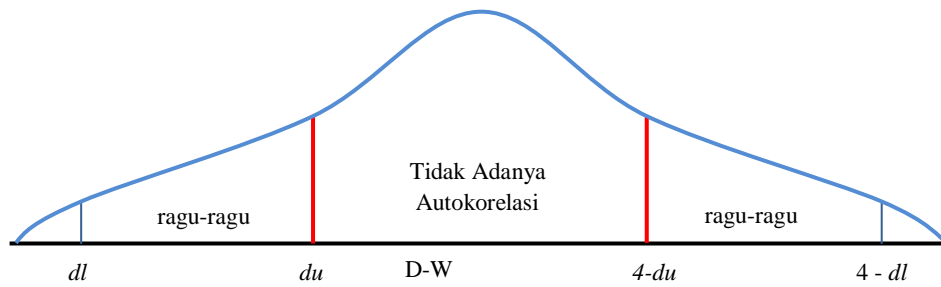
Tabel 4.4 Hasil uji autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.819 ^a	0.671	0.661	0.105	1.997

a. Predictors: (Constant). Z. X2. X4. X3. X1

Sumber: Data yang diolah

Berdasarkan output SPSS, didapat nilai statistik Durbin Watson sebesar 1.997. Sedangkan dari tabel Durbin Watson dengan $n = 180$ dan $k = 5$ maka diperoleh d_{tabel} yaitu dl (batas luar) = 1.699 dan du (batas dalam) = 1.814 dengan taraf signifikansi 5%, $4-du = 2.187$; dan $4-dl = 2.301$; maka dari perhitungan disimpulkan bahwa DW-test terletak pada daerah uji. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 4.1 sebagai berikut:



Gambar 4.1 Uji Durbin Watson

Sesuai dengan Gambar 4.1 tersebut menunjukkan bahwa Durbin-Watson berada di daerah *tidak adanya autokorelasi*. Mengacu pada Ghozali (2011), model regresi dalam penelitian ini bebas dari masalah autokorelasi karena nilai Durbin Watsonnya berada di antara *du* dan *4-du*.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi (Priyatno, 2009). Deteksi adanya heterokedastisitas adalah : 1) Nilai probabilitas > 0,05 berarti bebas dari heterokedastisitas. 2) Nilai probabilitas < 0,05 berarti terkena heterokedastisitas.

Hasil pengujian dengan menggunakan uji *rank spearman* dapat dilihat pada Tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5 Hasil Uji Heterokedastisitas

		X1	X2	X3	X4	Z
Spearman's rho	Correlation	-				
	Coefficient	.146**	.073	.173*	-.134	.246**
	Sig. (2-tailed)	.086	.328	.091	.072	.165
	N	180	180	180	180	180

Sumber: Data yang diolah (2017)

Hasil uji *rank spearman* pada tabel di atas menunjukkan nilai probabilitas signifikansi untuk variabel pengungkapan CSR, ukuran perusahaan, likuiditas, leverage, dan kepemilikan keluarga sebesar 0.086, 0.328, 0.091, 0.072 dan 0.165. Karena nilai probabilitas signifikansi untuk variabel pengungkapan CSR, ukuran perusahaan, likuiditas, leverage, dan kepemilikan keluarga lebih besar dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa data bebas dari heterokedastisitas.

Uji Interaksi

Uji interaksi atau sering disebut dengan *Moderated Regression Analysis* (MRA) merupakan aplikasi khusus regresi berganda linear dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen) (Ghozali, 2011). Analisis dengan Uji interaksi ini dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Package For Social Sciences*) Release 22.0 for Windows

Dari pengolahan data melalui program SPSS diperoleh hasil sebagai berikut: **Tabel 4.6 Hasil analisis regresi variabel moderating CSR**

Keterangan	B	t _{tabel}	t _{hitung}	Sig	R ²	F _{hitung}	Sig
Persamaan 1							
(Constant)	0.355						
X1	-1.093	1.973	-14.832	0.000	0.671	70.847	0.000
X2	0.009	1.973	1.724	0.087			
X3	0.001	1.973	0.154	0.878			
X4	-0.015	1.973	-0.669	0.504			
Persamaan 2							
(Constant)	0.403						
X1	-0.642	1.973	-12.871	0.000	0.876	133.609	0.000
X2	0.000	1.973	0.050	0.960			
X3	0.003	1.973	0.642	0.522			
X4	-0.022	1.973	-1.747	0.083			
Z	0.836	1.973	3.671	0.000			
X1*Z	-6.173	1.973	-15.115	0.000			
X2*Z	0.029	1.973	4.513	0.000			
X3*Z	0.032	1.973	3.442	0.001			
X4*Z	0.079	1.973	1.223	0.223			

Sumber : Data yang diolah (2017)

Berdasarkan hasil pengujian regresi di atas dapat dibentuk sebuah persamaan sebagai berikut: $Y = 0.355 - 1.093X_1 + 0.009X_2 + 0.001X_3 - 0.015X_4 + e$ (1) dan $Y = 0.403 - 0.642X_1 + 0.000X_2 + 0.003X_3 - 0.022X_4 + 0.836Z - 6.173X_1*Z + 0.029X_2*Z + 0.032X_3*Z + 0.079X_4*Z + e$ (2)

Dari Tabel 4.6 diketahui bahwa nilai *adjusted R square* pada persamaan 1 sebesar 0.671. Hal ini berarti bahwa 67,1% Agresivitas Pajak dapat dipengaruhi oleh pengungkapan CSR, ukuran perusahaan, likuiditas dan leverage, sisanya sebesar 32.9% (100% - 67.1%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model. Sedangkan nilai *adjusted R square* pada persamaan 2 sebesar 0.876. Hal ini berarti bahwa 87,6% Agresivitas Pajak dapat dipengaruhi oleh pengungkapan CSR, ukuran perusahaan, likuiditas, leverage, kepemilikan keluarga, X_1*Z , X_2*Z , X_3*Z dan X_4*Z sisanya sebesar 12.4% (100% - 87.6%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model.

Pengujian Hipotesis

Hubungan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dengan Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.6 di atas dapat diketahui bahwa nilai $t_{hitung} = -14.832$ dengan signifikansi sebesar 0.000. Pada $\alpha = 0.05$ diperoleh $t_{tabel} = 1.973$. Karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , maka koefisien signifikan. Hal tersebut berarti bahwa Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh negatif terhadap Agresivitas Pajak karena arahnya negatif. Dengan demikian H_{a1} diterima.

Hubungan Kepemilikan Keluarga dengan Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.6 di atas dapat diketahui bahwa nilai $t_{hitung} = 3.671$ dengan signifikansi sebesar 0.000. Pada $\alpha = 0.05$ diperoleh $t_{tabel} = 1.973$. Karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , maka koefisien signifikan. Hal tersebut berarti bahwa Kepemilikan Keluarga memiliki pengaruh positif terhadap Agresivitas Pajak karena arahnya positif. Dengan demikian H_{a2} ditolak.

Hubungan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Kepemilikan Keluarga dengan Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.6 di atas dapat diketahui bahwa nilai $t_{hitung} = -15.115$ dengan signifikansi sebesar 0.000. Pada $\alpha = 0.05$ diperoleh $t_{tabel} = 1.973$. Karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , maka koefisien signifikan. Hal tersebut berarti bahwa hasil interaksi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan Kepemilikan Keluarga memiliki pengaruh negatif terhadap Agresivitas Pajak karena arahnya negatif. Dengan demikian H_{a3} diterima.

Pembahasan**Hubungan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan Agresivitas Pajak**

Dari hasil penelitian diketahui bahwa Pengungkapan *Corporate Social Reporting* berpengaruh negatif terhadap Agresivitas Pajak. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan, semakin rendah tingkat agresivitas pajak yang dilakukan. Hasil ini menjelaskan bahwa semakin tinggi perusahaan melakukan aktivitas CSR, maka semakin tinggi sikap tanggung jawab yang dimiliki perusahaan dicerminkan dalam sikap patuhnya dalam membayar jumlah beban pajak yang telah ditetapkan atau dapat disimpulkan perusahaan semakin tidak agresif terhadap pajak. Hasil penelitian ini mendukung teori legitimasi yang menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat dimana perusahaan berada. Legitimasi ini menyebabkan perusahaan terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan dan dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Teori legitimasi menyatakan organisasi bukan hanya memperhatikan hak-hak investor tetapi juga memperhatikan hak publik (Deegan dan Brown, 1998).

Hasil penelitian ini mendukung temuan Lanis dan Richardson (2012), dan Watson (2012) yang menyatakan bahwa variabel Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap Agresivitas Pajak.

Hubungan Kepemilikan Keluarga dengan Agresivitas Pajak

Kepemilikan Keluarga di dalam penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap Agresivitas Pajak. Hal ini mengindikasikan adanya kecenderungan perusahaan keluarga untuk melakukan tindakan pajak yang agresif. Namun, hasil regresi ini mendukung hasil analisis statistik deskriptif yang menunjukkan tingkat keagresifan pajak perusahaan keluarga lebih tinggi daripada perusahaan non-keluarga.

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Chen *et al.* (2010). Alasan yang mungkin dapat menjelaskan mengapa hal ini terjadi adalah

mungkin bagi perusahaan di Indonesia keuntungan berupa penghematan pajak dan *rent extraction*, lebih besar daripada kemungkinan rugi karena turunnya harga saham perusahaan, rusaknya nama perusahaan ataupun kemungkinan terkena sanksi/denda dari petugas pajak. Fenomena seperti ini mungkin juga terjadi karena adanya efek externalitas dari budaya bisnis dan budaya pemeriksaan pajak di Indonesia. Seperti yang dikatakan Çule dan Fulton (2009), dalam kondisi dimana korupsi dan tindakan curang dianggap merupakan hal yang biasa, maka tindakan tersebut akan semakin dapat diterima dan biaya atas tindakan tersebut akan semakin rendah. Hasil survey PERC (*Political & Economic Risk Consultancy*) yang dirilis pada 8 Maret 2010 menyatakan bahwa dari 16 negara tujuan investasi di Asia Pasifik, Indonesia merupakan negara terkorup (Edj, 2010). Jika dikaitkan dengan hasil survey tersebut maka pernyataan Çule dan Fulton (2009) sangat mungkin berlaku di Indonesia. Akan tetapi, mendukung hasil penelitian (Sari dan Martani, 2010) yang menunjukkan bahwa tingkat keagresifan pajak perusahaan keluarga lebih tinggi daripada perusahaan non-keluarga. Hal ini terjadi karena diduga *family owners* lebih rela membayar pajak lebih tinggi daripada harus membayar denda dan menghadapi kemungkinan rusaknya reputasi perusahaan akibat pemeriksaan pajaka atau diaudit oleh fiskus pajak.

Hubungan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Kepemilikan Keluarga dengan Agresivitas Pajak

Dari hasil penelitian diketahui bahwa Kepemilikan Keluarga dapat memoderasi hubungan antara Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan Agresivitas Pajak dengan arah negatif. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR dalam perusahaan keluarga, semakin rendah tingkat agresivitas pajak yang dilakukan.

Pengungkapan CSR dalam laporan keuangan tahunan perusahaan selain dapat memperkuat citra perusahaan dimata *stakeholders* juga merupakan salah satu informasi yang menjadi bahan pertimbangan yang diperhatikan investor maupun calon investor dalam memilih tempat investasi. Sesuai dengan pengertian teori pensignalan yang diungkapkan oleh Jogiyanto (2015) sebelumnya, ini menunjukkan indikasi bahwa pengungkapan CSR dapat dijadikan sebagai salah satu informasi penentu keputusan investasi oleh para investor. Tanggung jawab sosial sendiri merupakan suatu bentuk komitmen akan etika bisnis perusahaan dalam mengintegrasikan aspek lingkungan dan sosial masyarakat ke dalam operasi bisnis perusahaannya. Komitmen ini dilandasi akan suatu pemikiran bahwa perusahaan sebagai suatu entitas bisnis yang awalnya memiliki tujuan hanya untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal dihadapkan pada realita sosial yang ada di masyarakat bahwa perusahaan sebagai suatu entitas di dalam kehidupan sosial tidak lepas dari peran *stakeholders* (pihak-pihak yang berkepentingan) dimana perusahaan itu menjalankan operasi bisnisnya. Dengan perusahaan membuat kebijakan yang terintegrasi dengan lingkungan sosial masyarakat ke dalam operasi bisnisnya, maka akan memberikan keuntungan diantaranya adalah citra perusahaan yang meningkat, timbulnya sinergisitas dengan komunitas di dalam entitas sosial perusahaan tersebut berada, kepercayaan yang timbul dari masyarakat akan perusahaan tersebut. Dengan keuntungan

tersebut maka akan memberikan dampak positif yang sangat besar bagi perusahaan tersebut. Keuntungan inilah yang merupakan kunci informasi bagi investor dalam menganalisis suatu perusahaan guna pengambilan keputusan investasinya. Sejalan dengan informasi positif yang dikeluarkan perusahaan akan berdampak pada keputusan investasi investor yang akhirnya mempercayakan dana investainya kepada perusahaan tersebut.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengungkapan *Corporate Social Reporting* berpengaruh negatif terhadap Agresivitas Pajak.
2. Kepemilikan Keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Agresivitas Pajak.
3. Kepemilikan Keluarga dapat memoderasi hubungan antara Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan Agresivitas Pajak dengan arah negatif.

Keterbatasan

Terdapat beberapa keterbatasan yang ditemui dalam penelitian ini antara lain:

1. Peneliti hanya menggunakan perusahaan non keuangan sebagai objek penelitian.
2. Kurang tepatnya prosedur pemilihan sampel. Dalam pemilihan sampel, tiap ada perusahaan yang memiliki laba negatif pada salah satu tahun observasi, maka perusahaan tersebut langsung dikeluarkan dari sampel.
3. Periode pengamatan yang diteliti hanya selama 5 tahun, sehingga belum dapat menggambarkan tindakan penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan dalam jangka panjang.

Implikasi

Berdasarkan analisis dari hasil penelitian maka implikasi penelitian ini adalah:

1. Implikasi Teori

Hasil penelitian ini mendukung teori legitimasi yang menjelaskan bahwa perusahaan melakukan kegiatan usaha dengan batasan-batasan yang ditentukan oleh norma-norma, nilai-nilai sosial dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan. Organisasi bukan hanya memperhatikan hak-hak investor tetapi juga memperhatikan hak publik. Pajak yang dibayarkan merupakan salah satu hak publik, jadi ketika perusahaan memperhatikan hak publik maka perusahaan akan membayarkan pajak dengan jumlah yang seharusnya. Sehingga likuiditas yang dimiliki perusahaan diharapkan mampu memenuhi kewajiban jangka pendeknya, seperti pajak. Di harapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan dari para pembaca, seperti dapat mengetahui pajak yang dibayarkan perusahaan dan bagaimana kemampuan perusahaan dalam memenuhi perpajakannya tersebut.

2. Implikasi Praktik

Setelah melakukan analisa dari hasil pengujian, menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Hal ini berarti Kegiatan CSR perusahaan dapat mengurangi perusahaan agar perusahaan membayarkan beban pajak perusahaan lebih kecil. Manfaat bagi pemerintah dapat terus meningkatkan dan mendukung kegiatan CSR perusahaan agar ekonomi masyarakat sekitar dan tenaga kerja serta lingkungan terus berkembang secara berkelanjutan sehingga dapat memberi dampak yang baik bagi perekonomian masyarakat yang dapat sekitar perusahaan dan lingkungan akan tetap terjaga.. Begitu juga dengan faktor lain dapat dipertimbangkan guna mempersempit tindakan perusahaan untuk melakukan agresivitas perpajakan. Selain itu, bagi Direktorat Jenderal Pajak juga sebaiknya melakukan pengembangan lebih lanjut dalam sistem perpajakan serta mengawasi perusahaan agar penerimaan negara yang bersumber dari pajak dapat dioptimalkan mengingat perusahaan semakin jeli dalam mencari celah untuk melakukan penghematan dan penghindaran pajak. Bagi para investor sebaiknya lebih berhati-hati dalam menanamkan modalnya di perusahaan karena perusahaan yang agresif pada tindakan perpajakannya kemungkinan juga akan agresif pada pelaporan keuangannya.

Saran-saran

Sebagaimana telah diuraikan sebelumnya bahwa penelitian ini mengandung keterbatasan-keterbatasan. Namun hasil penelitian ini setidaknya dapat memotivasi dilakukannya penelitian berikutnya. Dengan mempertimbangkan keterbatasan-keterbatasan yang ada, diharapkan penelitian yang akan datang memperbaiki faktor-faktor berikut ini:

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel-variabel independen lain, diantaranya *profitabilitas*, *market to book ratio*, *inventory intensity*, dan kepemilikan mayoritas yang patut diduga berpengaruh terhadap agresivitas pajak.
2. Penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian dapat menggunakan sampel penelitian pada perusahaan sektor keuangan. Hal ini untuk memberikan gambaran lain tentang luasnya pengungkapan CSR dan pengaruhnya terhadap agresivitas pajak.
3. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan proksi yang berbeda untuk mengukur tindakan pajak agresif. Misalnya menggunakan *Cash Effective Tax Rates* (CETR), *Book Tax Differences* (BTD), *Discretionary Permanent* (DTAX), *Unrecognize Tax benefit*, *Tax Shelter Activity*, dan *Marginal tax rate*.
4. Bagi emiten non keuangan, penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dalam merancang program CSR, perusahaan hendaklah memperhatikan seluruh pemangku kepentingan (*stakeholders*), yaitu pemilik, pegawai, pemasok, pembeli, masyarakat, kompetitor, media, pemerhati lingkungan dan pemerintah. Hal ini selain sebagai tuntutan etis, juga diharapkan agar mendatangkan manfaat ekonomis dan menjaga kelangsungan bisnis perusahaan. Disamping program CSR dirancang dengan memperhitungkan nilai bisnis (*business value*), program CSR juga harus dirancang dengan mempertimbangkan ketentuan pajak. Sehingga perusahaan akan memperoleh

keuntungan (*tax benefit*) dari insentif pajak yang diberikan pemerintah. Untuk itu perusahaan dituntut untuk memahami ketentuan peraturan perpajakan terkait CSR sesuai pasal 6 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang pajak penghasilan dan Peraturan Pemerintah Nomor 93 Tahun 2010.

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, N. A., & Kurniasih, L. 2012. *Pengaruh Corporate Governance terhadap Tax Avoidance. Jurnal Akuntansi & Auditing, Vol.8, 95 - 189.*
- Chai, H, dan Liu, Q. 2010. *Competition and Corporate Tax Avoidance: Evidence from Chinese Industrial Firms.* www.ssrn.com
- Chen, K. P, dan Chu, C. Y. C. 2010. *Internal Control vs External Manipulation: A Model of Corporate Income Tax Evasion. Rand Journal of Economics.*
- Chen, S., Chen, X., Cheng, Q dan Shevlin, T. 2010. *Are Family Firms More Tax Aggressive than Non-Family Firms? Journal of Financial Economics, 95, 41-61.*
- Frank, M., Lynch, L., dan Rego, S. 2009. *Tax Reporting Aggressiveness and Its Relation to Aggressive Financial Reporting. The Accounting Review, 84, 467-496.*
- Freeman, R.E. dan McVea, J. 2002. "A Stakeholder Approach to Strategic Management." In Hitt, M., Freeman, R.E.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam dan Chariri, Anis. 2007. *Teori Akuntansi.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Hadi, Junilla dan Mangoting, Yenni. 2014. *Pengaruh Struktur Kepemilikan dan Karakteristik Dewan Terhadap Agresivitas Pajak. Tax & Accounting Review, Vol. 4, No. 2*
- Hlaing, Khin Phyo. 2012. *Organizational Architecture of Multinationals and Tax Aggressiveness.* University of Waterloo.
- Ivan, Brian. 2014. "Analisis Pengaruh Penghindaran Pajak dan Kepemilikan Keluarga Terhadap Waktu Pengumuman Laporan Keuangan Tahunan Perusahaan". Universitas Indonesia, Jakarta.
- Jensen, Michael C., Meckling, William H. 1976. *Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. Journal of Financial Economics, Vol 3, No 4.*
- Jessica dan Toly, Agus Arianto. 2015. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak. Tax & Accounting Review, Vol. 4, No.1, 2014*
- Kuntari, Y. dan A. Sulistyani. 2007. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Indeks Letter Quality (LQ 45) Tahun 2005. ASET. Vol.9 No.2. Agustus : 494-515*

- Kuriah, Hanik Lailatul dan Asyik, Nur Fadjrih. 2016. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* : Volume 5, Nomor 3, Maret 2016
- Lanis, R. And G. Richardson. 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.
- Lanis, R. And G. Richardson. 2012. Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness : An Empirical Analysis. *J.Account. Public Policy*, pp.86-108.
- Lanis, R. And G. Richardson. 2013. "Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: a test of legitimacy theory". *Accounting Auditing and Accountability Journal*, Vol.26 No 1, pp.75-100.
- Lanis, R., G. Richardson., and Taylor G. 2013. Women On The Board Of Directors And Corporate Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis. *unisa.edu.au*
- Mardiasmo. 2009. *Perpajakan Edisi Revisi 2009*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Octavia, Helen dan Hermi. 2014. *Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010 Dan 2011)*. e-Journal Akuntansi Trisakti, Volume. 1 Nomor. 1 Februari
- Octaviana, N. E. 2014. *Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Corporate Social Responsibility : Untuk Menguji Teori Legitimasi*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Ratmono, Dwi dan Sagala, Winarti Monika. 2015. *Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Sarana Legitimasi : Dampaknya Terhadap Tingkat Agresivitas Pajak*. *Jurnal Nominal*. Vol. IV, No. 2
- Sari, D. K., & Martani, D. 2010. Karakteristik Kepemilikan Perusahaan, Corporate Governance, dan Tindakan Pajak Agresif. *Proceeding Simposium Nasional Akuntansi 13*, Padang, hal.1 - 34.
- Sartori, Nicola. 2010. Effect of Strategic Tax Behaviors on Corporate Governance. *www.ssrn.com*
- Shuping Chen, Xia Chen, Qiang Cheng, Terry Shevlin. 2010. Are Family Firms More Tax Aggressive Than Non-Family Firms? *Journal of Financial Economics* Volume 95, Issue 1, January 2010, Pages 41–61
- Subramanyam, K.R., dan J.J. Wild. 2010. *Financial Statement Analysis*, 10thed., U.S.A: Mac Graw Hill International Edition.
- Suyanto, Krisnata Dwi dan Supramono. 2012. "Likuiditas, leverage, komisris independen, dan manajemen laba terhadap agresivitas pajak perusahaan". *Jurnal Keuangan dan Perbankan*. 16. hal 167-177
- Sugiarto. 2009. *Struktur modal, Struktur Kepemilikan Perusahaan, Permasalahan Keagenan dan Informasi Asimetri*. Jakarta Press, Jakarta.
- Suharto, Edi. 2007. *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)*, Bandung: Refika Aditama
- Suyanto, Krisnata Dwi dan Supramono. 2012. "Likuiditas, leverage, komisris independen, dan manajemen laba terhadap agresivitas pajak perusahaan". *Jurnal Keuangan dan Perbankan*. 16. hal 167-177

- Tiaras, Irvan dan Wijaya, Henryanto. 2015. *Pengaruh Likuiditas, Leverage, Manajemen Laba, Komisaris Independen dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak*. Jurnal Akuntansi. Volume XIX, No. 03, September 2015: 380-397
- Undang-Undang No. 28 Tahun 2007 tentang Perubahan Ketiga Atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan
- Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 tentang Perubahan Keempat atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan
- Untung, Hendrik Budi. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta; sinar Grafika.
- Villalonga, Belen & Amit , Raphael. 2007. *How are U.S. family firms controlled?. Harvard Business School*. Wharton School, University of Pennsylvania.
- Watson, L. 2011. "Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Examination of Unrecognized Tax Benefits". *Social Science Research Network*.
- Watson, L. 2012. "Corporate Social Responsibility, Tax Avoidance and Tax Aggressiveness". Pennsylvania : The Pennsylvania State University.
- Wiagustini. 2010. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Udayana University Press. Denpasar