

Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Agresivitas Pajak (*The Effect of Corporate Social Responsibility on Tax Aggressiveness*)

Olga Vitaloka¹, R. Weddie Andriyanto², Yunia Amelia³, A. Zubaidi Indra⁴

Universitas Lampung, Lampung^{1,2,3,4}

olgavitaloka01@gmail.com¹, weddie.andriyanto@feb.unila.ac.id², yunia.amelia@feb.unila.ac.id³,

zubaidi.indra@gmail.com⁴



Riwayat Artikel

Diterima pada 22 Desember 2022

Revisi 1 pada 01 Januari 2023

Revisi 2 pada 20 Januari 2023

Disetujui pada 24 Januari 2023

Abstract

Purpose: This research aims to examine the effect of corporate social responsibility (CSR) on tax aggressiveness.

Methodology: The type and source of data in this study is quantitative research, with data sources through the web of BUMN companies. The data used in this study are aggressiveness tax and CSR. sample determination using purposive sampling method and produce 35 samples of BUMN companies. The reason for using a BUMN company is because it is the biggest contributor in taxation. The analysis used in this study is multiple linear regression analysis using SPSS 26 software.

Results: The results of the study show that CSR with a net fiscal income of more than 5% has an influence on tax aggressiveness. Meanwhile, CSR with a net fiscal income of less than 5% has no effect on tax aggressiveness

Limitations: This research was only conducted by BUMN companies from 2015 to 2019.

Contribution: This exploration has contributed to the enrichment of aspects of the financial accounting literature, particularly on the taxation of BUMN companies.

Keywords: *Aggressiveness Tax and CSR.*

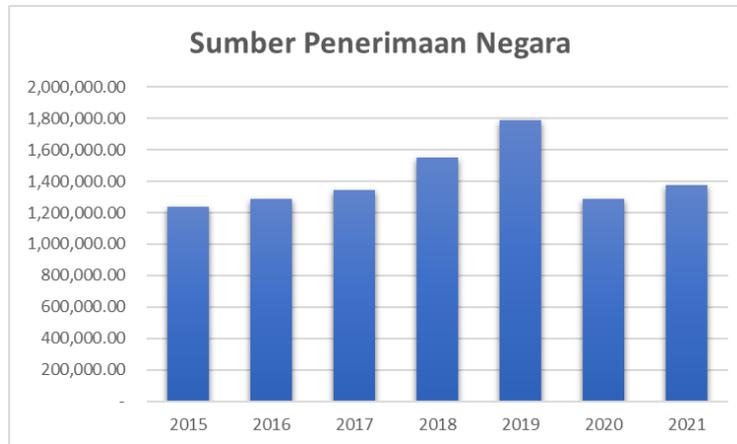
How to Cite: Vitaloka, O., Andriyanto, R.W., Amelia, Y., Indra, A.Z. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Manajemen*, 4(2), 115-128.

1. Pendahuluan

Pajak merupakan sumber yang menjadi penopang penerimaan kas negara yang digunakan oleh pemerintah untuk melaksanakan tanggung jawab negara di berbagai sektor kehidupan untuk mencapai kesejahteraan masyarakat. Pajak memiliki kontribusi yang cukup tinggi dalam pembangunan nasional karena pajak akan digunakan untuk pembangunan fasilitas dan infrastruktur umum (Maulita & Framita, 2021). Pembangunan di Indonesia pada dasarnya dilakukan oleh masyarakat bersama dengan pemerintah. Bagi rakyat, pajak merupakan perwujudan peran para wajib pajak dalam berkontribusi peningkatan pembangunan nasional (Septianingrum, Damayanti, & Maryani, 2022). Oleh karena itu, peran masyarakat sangat penting dalam pembangunan nasional sehingga perlu untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan kewajiban membayar pajak.

CSR merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitar yang dilakukan dalam bentuk berbagai kegiatan. Perusahaan melakukan program CSR bertujuan agar mampu membangun ekonomi berkelanjutan. Tingkat kesadaran perusahaan untuk menerapkan CSR dalam operasinya memiliki perbandingan antara yang satu dengan yang lainnya (Manurung, 2022). Semakin tinggi kesadaran perusahaan akan pentingnya CSR, maka semakin tinggi pula kesadaran perusahaan akan pentingnya pajak bagi masyarakat pada umumnya (Manan & Hasnawati, 2022). Dalam hal ini, pemerintah memiliki tujuan untuk memaksimalkan penerimaan dari sektor pajak. Namun hal ini bertentangan dengan tujuan dari perusahaan sebagai wajib pajak dimana perusahaan mencari laba secara optimal dengan meminimalkan beban pajaknya demi kelangsungan perusahaan. Perbedaan

kepentingan ini menyebabkan Wajib Pajak atau perusahaan cenderung melakukan berbagai tindakan untuk meminimalisir laba perusahaan agar beban perusahaan cenderung kecil yang dikenal dengan istilah agresivitas pajak. Suatu perusahaan dapat dikatakan melakukan agresivitas pajak apabila perusahaan berusaha mengurangi beban pajak secara agresif, baik menggunakan cara yang tergolong legal (*tax avoidance*) maupun ilegal (*tax evasion*).



Gambar 1. Penerimaan Negara yang Bersumber dari Pajak

Sumber: Kementerian Keuangan, (2021).

Gambar di atas menunjukkan bahwa pada tahun 2015-2021 penerimaan negara yang bersumber dari pajak mengalami peningkatan. Pada tahun 2015 penerimaan negara yang bersumber dari pajak sebesar Rp 1.240.418,858 triliun, tahun 2016 sebesar Rp 1.284.970,14 triliun, tahun 2017 sebesar Rp 1.343.529,844 triliun, tahun 2018 sebesar Rp 1.548.485,04 triliun, tahun 2019 sebesar Rp 1.786.378,65 triliun, tahun 2020 sebesar 1,285,136.32 triliun, dan tahun 2021 sebesar 1,375,832.70 triliun. Berdasarkan hasil tabel penerimaan pajak Indonesia mengalami peningkatan dari tahun 2015 sampai dengan 2019 namun terdapat penurunan pada saat tahun 2020 dan 2021 hal ini disebabkan karena adanya wabah pandemi *Covid-19* yang mempengaruhi kegiatan perekonomian negara. Perusahaan BUMN merupakan salah satu penyumbang terbesar dalam penerimaan pajak negara. Namun hal ini bertentangan dengan tujuan dari perusahaan sebagai wajib pajak dimana perusahaan mencari laba secara optimal dengan meminimalkan beban pajaknya demi kelangsungan perusahaan.

Perbedaan kepentingan ini menyebabkan Wajib Pajak atau perusahaan cenderung melakukan berbagai tindakan untuk meminimalisir laba perusahaan agar beban perusahaan cenderung kecil yang dikenal dengan istilah agresivitas pajak. Kaitan antara CSR dengan agresivitas pajak telah diteliti oleh beberapa peneliti sebelumnya diantaranya seperti penelitian Watson (2011), menguji hubungan antara CSR dengan agresivitas pajak, dimana pengukuran agresivitas pajak menggunakan proksi baru yakni UTB (*Unrecognized Tax Benefit*). Hasil yang ditemukan adalah CSR mempunyai efek mengurangi tingkat agresivitas pajak suatu perusahaan. Penelitian ini berfokus pada pengaruh CSR terhadap agresivitas pajak karena adanya keterikatan yang cukup kuat antara CSR dengan agresivitas pajak suatu perusahaan. Selain itu pada penelitian (Lanis & Richardson, 2012) dimana penelitian yang dilakukan menggunakan sampel Wajib Pajak Badan yang listing di Australia dari tahun 2008-2009. Bersumber pada kejadian yang sudah dipaparkan lebih dahulu, periset hendak melaksanakan riset berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak”

2. Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

2.1 Teori Legitimasi

Teori legitimasi merupakan teori yang menyatakan bahwa organisasi atau perusahaan secara berkelanjutan mencari cara untuk menjamin operasi mereka dalam batas dan norma yang berlaku di masyarakat. Menurut Ulum (2017), teori legitimasi berhubungan erat dengan teori *stakeholder*. Teori *stakeholder* merupakan teori yang mempertimbangkan posisi para *stakeholder* yang dianggap *powerfull* (Ulum, 2017). Secara umum, tujuan utama dari teori *stakeholder* adalah untuk membantu

manajer korporasi mengerti terkait lingkungan *stakeholder* mereka dan melakukan pengelolaan dengan efektif di antara keberadaan hubungan-hubungan di lingkungan perusahaan.

Teori legitimasi menjelaskan bahwa terdapat kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan tersebut beroperasi. Kontrak sosial adalah cara untuk menjelaskan sejumlah besar harapan masyarakat tentang bagaimana seharusnya organisasi melaksanakan operasinya. Hal ini menunjukkan bahwa segala aktivitas dan kinerja organisasi harus sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku di masyarakat demi tercapainya tujuan sebuah organisasi. Jika dikaitkan kedalam ruang lingkup perusahaan dan CSR, seperti yang kita ketahui perusahaan membutuhkan kelangsungan hidup tergantung dari hubungan perusahaan tersebut dengan masyarakat dan lingkungan sekitar tempat perusahaan tersebut beroperasi. Hal ini selaras dengan teori legitimasi dimana masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan untuk masa mendatang.

2. 2 Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut (Kartini, 2020) *Corporate Social Responsibility (CSR)* atau tanggung jawab sosial korporat, yang lebih dikenal dengan istilah tanggung jawab sosial perusahaan kepada seluruh pemangku kepentingan. Korporat tersebut diartikan sebagai tingkat manajemen puncak pada setiap organisasi baik yang bersifat laba atau nirlaba maupun yang berskala kecil, menengah, atau besar, maka istilah tanggung jawab sosial perusahaan dimaksudkan sebagai tanggung jawab sosial korporat di perusahaan bisnis atau perusahaan yang berorientasi pada laba. Menurut Post *et al.* dalam Solihin (2009), tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merupakan salah satu tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Pemangku kepentingan dalam hal ini adalah orang atau kelompok yang dapat memengaruhi atau dipengaruhi oleh berbagai keputusan, kebijakan, maupun operasi perusahaan. *Stakeholders* merupakan pemangku kepentingan yang meliputi pemegang saham, karyawan, pelanggan, pesaing, lembaga keperantaraan, fasilitator, LSM, dan publik lainnya, serta pemerintah.

2. 3 Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak adalah tindakan merekayasa pendapatan kena pajak yang dirancang melalui *tax planning* baik dengan cara legal maupun ilegal. Agresivitas pajak merupakan istilah dalam dunia perpajakan yang termasuk dalam bagian perencanaan pajak (*tax planning*) yang berarti tindakan penghematan pajak yang dapat dilakukan dengan meminimalisir beban pajak. Upaya meminimalisasi pajak sering disebut perencanaan pajak (*tax planning*). Perencanaan pajak adalah langkah awal dalam manajemen pajak yang dilakukan dengan pengumpulan dan penelitian terhadap peraturan perpajakan agar dapat diseleksi jenis tindakan penghematan pajak yang akan dilakukan (Suandy, 2017). Penekanan perencanaan pajak (*tax planning*) pada umumnya adalah untuk meminimalkan kewajiban pajak.

2. 4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Pengaruh CSR > 5% Penghasilan Neto Fiskal Terhadap Agresivitas Pajak

Menurut Pradnyadari and Rohman (2015), lingkungan dan masyarakat cukup mempengaruhi kinerja suatu perusahaan. Salah satu bentuk hubungan komunikasi antara lingkungan masyarakat dengan perusahaan adalah komunikasi antara lingkungan masyarakat dengan perusahaan adalah melalui tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR. Sesuai dengan teori legitimasi, bentuk tanggung jawab sosial tersebut bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat agar perusahaan memiliki kesan yang baik dan dapat diterima di lingkungan masyarakat. Legitimasi menuntut perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR dan mendapatkan keuntungan. Menurut teori legitimasi, kontak sosial antara perusahaan dengan masyarakat dimana segala aktivitas dan kinerja perusahaan harus sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku di masyarakat demi tercapainya tujuan sebuah organisasi. Perusahaan dapat dikatakan sukses melakukan legitimasi apabila mampu memenuhi harapan masyarakat melalui pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan (Pradnyadari & Rohman, 2015).

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Pasal 3 Nomor 93 Tahun 2010 menyatakan bahwa sumbangan yang dapat dikurangkan dari penghasilan bruto sebagaimana dimaksud dalam pasal 1

untuk satu tahun dibatasi tidak melebihi 5% (lima persen) dari penghasilan neto fiskal tahun pajak sebelumnya. Berdasarkan Pasal 6 ayat (1) Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008, kegiatan CSR yang dapat dimasukkan ke dalam biaya yang diperkenankan sebagai pengurang yaitu Sumbangan Dalam Rangka Penanggulangan Bencana nasional yang ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah, Sumbangan dalam rangka penelitian dan pengembangan yang dilakukan di Indonesia yang ketentuannya diatur dengan Peraturan Pemerintah. Penelitian yang dilakukan Watson (2011), mengenai pengaruh CSR terhadap agresivitas pajak menghasilkan bahwa kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan secara konsisten dapat mengurangi tingkat agresivitas. Penelitian yang dilakukan Lanis and Richardson (2012), juga menunjukkan bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa komitmen investasi sosial dan strategi perusahaan dan CSR (termasuk etika dan perilaku bisnis) berpengaruh pada agresivitas pajak. Bersumber pada penjelasan itu hingga disusun hipotesis pertama dalam penelitian ini:

H1 = CSR > 5% Penghasilan Neto Fiskal Berpengaruh Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan BUMN Tbk. dan Non Tbk.

2.4.2 Pengaruh CSR < 5% Penghasilan Neto Fiskal Terhadap Agresivitas Pajak

Menurut Kartini (2009), *Corporate Social Responsibility (CSR)* atau tanggung jawab sosial korporat, yang lebih dikenal dengan istilah tanggung jawab sosial perusahaan kepada seluruh pemangku kepentingan. Sesuai dengan teori legitimasi, Legitimasi menuntut perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR dan mendapatkan keuntungan. Menurut teori legitimasi, kontak sosial antara perusahaan dengan masyarakat dimana segala aktivitas dan kinerja perusahaan harus sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku di masyarakat demi tercapainya tujuan sebuah organisasi. Menurut Kartini (2009), CSR dapat menyebabkan penambahan biaya. Ketika perusahaan melakukan CSR, maka akan menambahkan pengeluaran perusahaan. Hal ini dapat menjadi salah satu faktor penyebab perusahaan untuk tidak melaksanakan CSR. Namun demikian, hal itu bukanlah kesalahan dari ide CSR, tetapi kesalahan dari penerapannya.

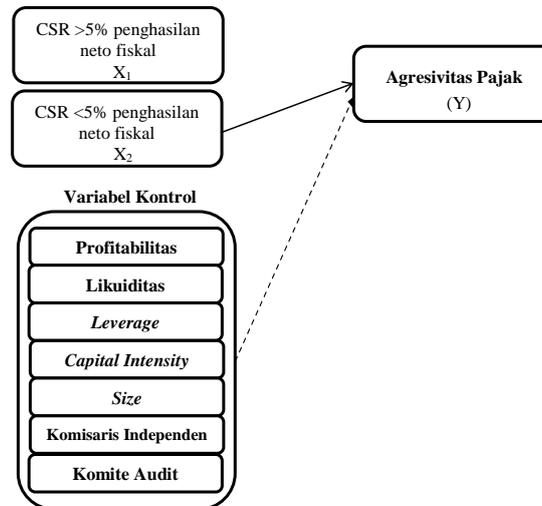
Perusahaan yang berkomitmen melaksanakan CSR tinggi bukan berarti perusahaan bisa bebas memilih untuk menjalankan atau tidak menjalankan tanggung jawabnya, namun CSR yang dilaksanakan harus dijalankan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Oleh karena itu, perusahaan harus mematuhi peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah yang kemudian bisa menambahkan hal-hal positif lainnya yang belum diatur. Pelaksanaan CSR juga berkaitan dengan pajak perusahaan. Pajak merupakan salah satu bentuk kewajiban perusahaan. Dengan membayar pajak, perusahaan turut serta berkontribusi dalam melakukan pembangunan nasional guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Semakin kecil kegiatan CSR perusahaan, maka penambahan biaya pengeluaran perusahaan juga semakin kecil sehingga laba kena pajak perusahaan menjadi besar dan pajak perusahaan menjadi tinggi. Sebaliknya, semakin besar kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan, maka semakin besar pula penambahan biaya pengeluaran perusahaan. Dengan demikian, hal itu dapat membuat laba kena pajak perusahaan menjadi kecil sehingga pajak perusahaan rendah. Hal ini dapat disebut dengan istilah agresivitas pajak (tindakan meminimalisir pajak).

Penelitian yang dilakukan Yoehana and HARTO (2013), mengenai pengaruh CSR terhadap agresivitas pajak menghasilkan bahwa kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan secara konsisten dapat mengurangi tingkat agresivitas. Penelitian yang dilakukan Pradnyadari and Rohman (2015), juga menunjukkan bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa komitmen investasi sosial dan strategi perusahaan dan CSR (termasuk etika dan perilaku bisnis) berpengaruh pada agresivitas pajak. Bersumber pada penjelasan itu hingga disusun hipotesis kedua dalam penelitian ini:

H2 = CSR < 5% Penghasilan Neto Fiskal Berpengaruh Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan BUMN Tbk. dan Non Tbk.

2.5 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori dan beberapa penelitian terdahulu, penelitian ini menguji pengaruh CSR terhadap agresivitas pajak. Oleh karena itu dibuat kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

3. Metode Penelitian

3.1 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Perusahaan BUMN dimana terdapat 126 perusahaan BUMN yang terdaftar di Kementerian BUMN Tahun 2015-2019.

Tabel 1. Penentuan Sampel

Keterangan:	Jumlah Perusahaan
Jumlah Perusahaan BUMN yang terdaftar di Kementerian BUMN	126
Dikurangi kriteria 1: Perusahaan BUMN yang tidak mempublikasikan <i>annual report</i> dan <i>financial report</i> selama tahun 2015-2019	(61)
Dikurangi kriteria 2 : Perusahaan BUMN yang tidak mengungkapkan biaya-biaya CSR dalam laporan tahunan	(3)
Dikurangi kriteria 3 : Perusahaan BUMN yang tidak memiliki profit positif	(12)
Dikurangi kriteria 4: Perusahaan BUMN yang tidak mengungkapkan penghasilan neto fiskal (PKP)	(11)
Dikurangi kriteria 5: Perusahaan BUMN yang memiliki rugi fiskal	(15)
Jumlah Sampel	24

3.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis data kuantitatif yaitu data berupa angka-angka dan dapat diukur serta diuji dengan metode statistik. Sedangkan sumber data yang digunakan merupakan jenis data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan atau *annual report* dan laporan keuangan atau *financial report* Perusahaan BUMN tahun 2015-2019. Data tersebut diperoleh pada situs resmi masing-masing Perusahaan BUMN.

3.3 Definisi Operasional Variabel

3.3.1 Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak dengan menggunakan proksi *Effective Tax Rate* (ETR). Rumus ETR sebagai berikut:

$$ETR = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Pendapatan Sebelum Pajak}} \times 100\%$$

3.3.2 Variabel Independen

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak dengan menggunakan proksi *Effective Tax Rate* (ETR). ETR menggambarkan persentase total beban pajak penghasilan yang dibayarkan perusahaan dari seluruh total pendapatan sebelum pajak. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility* yang mengacu pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Pasal 3 Nomor 93 Tahun 2010, dimana variabel independen pada penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu CSR > 5% dari pada penghasilan neto fiskal dan CSR < 5% dari pada penghasilan neto fiskal. Variabel kontrol adalah variabel yang dikendalikan atau dibuat konstan sehingga hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat tidak dipengaruhi oleh faktor luar yang tidak diteliti. Jadi, untuk mengendalikan agar pengaruh variabel independen (CSR) terhadap variabel dependen (agresivitas pajak) tidak dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti, maka penelitian ini menggunakan tujuh variabel kontrol yaitu profitabilitas (ROE), likuiditas (CR), *capital intensity*, *leverage* (DER), *size*, Komisararis Independen, dan Komite Audit.

3.4 Metode Analisis Data

3.4.1 Analisis Statistik Deskriptif

Ghozali (2016) mengatakan bahwa statistik deskriptif berhubungan dengan pengumpulan, peringkasan, dan penyajian informasi hasil peringkasan itu. Analisa statistik deskriptif dipakai buat membagikan cerita atas variabel riset dengan cara statistik dengan memakai pada umumnya (mean), angka maksimal, angka minimal, serta standar digresi. Standar digresi dipakai buat mengukur penyimpangan tiap- tiap informasi dari rata- ratanya (mean) serta bisa melukiskan seberapa besar varian informasinya.

3.4.2 Uji Asumsi Klasik

Percobaan anggapan klasik merupakan analisa yang dicoba buat membagikan evaluasi atau kejelasan kalau pertemuan regresi yang diperoleh mempunyai akurasi dalam ditaksir, tidak bias, serta tidak berubah- ubah. Anggapan klasik yang wajib dipadati merupakan data wajib memiliki penyaluran wajar, tidak terdapat multikolinearitas, dan tidak ada heteroskedastisitas serta tidak terdapat autokorelasi (Ghozali, 2016). Riset ini memakai uji asumsi klasik yang mencakup percobaan normalitas, uji multikolinearitas, percobaan heteroskedastisitas serta percobaan autokorelasi.

3.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Bentuk analisa informasi yang dipakai dalam riset ini merupakan bentuk regresi linear berganda. Ada pula bentuk penelitiannya selaku selanjutnya:

Model 1 CSR > 5% Penghasilan Neto Fiskal

$$TAG_{it} = \alpha_0 + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 ROE_{it} + \beta_3 CR_{it} + \beta_4 LEV_{it} + \beta_5 CAPT_{it} + \beta_6 SIZE_{it} + \beta_7 KMS_{it} + \beta_8 KMT_{it} + e$$

Model 2 CSR < 5% Penghasilan Neto Fiskal

$$TAG_{it} = \alpha_0 + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 ROE_{it} + \beta_3 CR_{it} + \beta_4 LEV_{it} + \beta_5 CAPT_{it} + \beta_6 SIZE_{it} + \beta_7 KMS_{it} + \beta_8 KMT_{it} + e$$

Keterangan:

TAG_{it}	: Agresivitas pajak yang diukur dengan ETR
α_0	: Konstanta
$\beta_1 - \beta_8$: Koefisien Regresi
CSR_{it}	: CSR perusahaan i tahun ke-t
ROE_{it}	: Return On Equity perusahaan i tahun ke-t
CR_{it}	: Current Ratio perusahaan i tahun ke-t
LEV_{it}	: Leverage perusahaan i tahun ke-t
$CAPT_{it}$: Capital Intensity perusahaan i tahun ke-t
$SIZE_{it}$: Ukuran Perusahaan perusahaan i tahun ke-t
KMS_{it}	: Komisaris Independen perusahaan i tahun ke-t
KMT_{it}	: Komite Audit perusahaan i tahun ke-t
e	: Error (kesalahan pengganggu)

3.5 Pengujian Hipotesis

3.5.1 Uji Kelayakan Model (Uji-F)

Uji coba F pula dipakai buat mencoba apakah seluruh elastis bebas (*asset growth*, likuiditas serta profitabilitas) yang dimasukkan dalam bentuk regresi memiliki akibat dengan cara bersama-sama terhadap variabel dependen (kebijakan hutang). Menurut Ghozali (2016) Percobaan penting simultan ataupun percobaan F bisa dicoba dengan memandang angka signifikan F pada output hasil regresi dengan signifikansi tingkat sebesar 0,05 ($\alpha = 5\%$) serta menyamakan F jumlah dengan F bagan dengan syarat selaku selanjutnya:

- Apabila F hitung $>$ F tabel, sehingga H_0 ditolak serta H_a diterima, perihal ini maksudnya kalau seluruh variabel *independent* dengan cara bersamaan serta secara langsung memberikan dampak pada variabel *dependent*.
- Apabila F hitung $<$ F tabel, sehingga H_0 diterima serta H_a ditolak, perihal ini maksudnya kalau seluruh variabel *independent* dengan cara bersamaan serta secara langsung tidak memberikan dampak pada variabel *dependent*

3.5.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Percobaan koefisien determinasi (R^2) dipakai buat memperhitungkan seberapa besar partisipasi akibat variabel leluasa kepada variabel terikat. Angka koefisien pemastian merupakan antara 0 serta 1. Angka yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas membagikan nyaris seluruh data yang diperlukan buat memperhitungkan ragam variabel terbatas. Kebalikannya, angka koefisien pemastian yang kecil menunjukkan keahlian variabel bebas dalam menjabarkan variabel- variabel terbatas amat terbatas (Ghozali, 2016).

3.5.3 Uji Signifikansi Individual (Uji-t)

Pengetesan signifikansi ukuran khusus ini dipakai buat mengenali apakah variabel bebas dengan cara perseorangan pengaruhi variabel terbatas dengan anggapan variabel bebas yang lain konsisten (Ghozali, 2016). Pengambilan keputusan dicoba dengan standar yakni:

- Apabila angka signifikansi $t > 0,05$ sehingga hipotesis pengganti ditolak dimana koefisien regresi tidak penting serta dengan cara perseorangan variabel bebas tidak memiliki akibat yang penting kepada variabel terbatas.
- Apabila angka signifikansi $t < 0,05$, sehingga hipotesis pengganti diterima dimana koefisien regresi tidak penting serta dari sisi perseorangan variabel bebas tidak memiliki akibat yang penting kepada variabel terbatas.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Hasil Statistik Deskriptif

Uji Asumsi Klasik

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan variabel-variabel dalam penelitian ini dari nilai *mean*, standar deviasi, nilai maksimum dan nilai minimum.

Tabel 2. Hasil Statistik Deskriptif Model 1

Descriptive Statistics Model Regresi CSR > 5%					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR > 5%	35	126.777.000	730.470.000.000	26.513.847.869	122.702.334.169
ROE	35	,00	,85	,1361	,14362
CR	35	,28	21,28	3,0623	3,61541
LEV	35	,08	3,85	1,4582	1,42400
CAPT	35	,01	,73	,2067	,22256
SIZE	35	24,30	31,52	28,0493	2,20359
KMS	35	,17	,50	,3421	,09670
KMT	35	,40	1,00	,6014	,13710
TAG	35	,06	,42	,2040	,09795
Valid N	35				

Sumber: Data Diolah SPSS 26 (2021)

Tabel 3. Hasil Statistik Deskriptif Model 2

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviation
CSR <5%	85	13282557	991998000000	43783266383,06	111577429643,245
ROE	85	0,009	0,341	0,13068	0,062845
CR	85	0,209	23,575	3,31688	5,082888
LEV	85	0,216	11,640	2,65230	3,179746
CAPT	85	0,009	0,827	0,31112	0,265134
SIZE	85	27,239	32,064	29,86509	1,407016
KMS	85	0,111	1,000	0,34620	0,183237
KMT	85	0,250	1,000	0,55913	0,143983
TAG	85	0,079	0,596	0,25396	0,079687
Valid N	85				

Sumber: Data diolah SPSS 26 (2021)

4.1.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal atau tidak. Normalitas data merupakan hal yang penting karena data yang terdistribusi normal dianggap dapat mewakili populasi. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menganalisis *unstandardized* residual. Data berdistribusi normal apabila nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* > 0,05.

Tabel 4. Uji Normalitas Model Regresi 1

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,33935224
Most Extreme Differences	Absolute	,117
	Positive	,076
	Negative	-,117

Test Statistic	,117
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 ^{c,d}

Sumber: Data diolah SPSS 26 (2021)

Tabel 5 Uji Normalitas Model Regresi 2

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,07008895
Most Extreme Differences	Absolute	,093
	Positive	,093
	Negative	-,088
Test Statistic		,093
Asymp. Sig. (2-tailed)		,065 ^c

Sumber: Data diolah SPSS 26 (2021)

2. Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2011). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Untuk menguji multikolinearitas digunakan *Variance Inflation Factor* (VIF). Data penelitian dinyatakan bebas multikolinearitas apabila $VIF < 10$ dan nilai *tolerance* $> 0,1$.

Tabel 6. Uji Multikolinearitas Model Regresi 1

Variabel	VIF	Tolerance	Keterangan
CSR > 5%	4,093	,244	Tidak ada gejala
ROE	1,549	,646	Tidak ada gejala
CR	2,849	,351	Tidak ada gejala
LEV	6,297	,159	Tidak ada gejala
CAPT	4,951	,202	Tidak ada gejala
SIZE	4,579	,218	Tidak ada gejala
KMS	1,915	,522	Tidak ada gejala
KMT	1,971	,507	Tidak ada gejala

Sumber: Data diolah SPSS 26 (2021)

Tabel 7 Uji Multikolinearitas Model Regresi 2

Variabel	VIF	Tolerance	Keterangan
CSR < 5%	1,258	,795	Tidak ada gejala
ROE	1,218	,821	Tidak ada gejala
CR	2,030	,493	Tidak ada gejala
LEV	2,548	,392	Tidak ada gejala
CAPT	3,605	,277	Tidak ada gejala
SIZE	1,332	,751	Tidak ada gejala
KMS	3,124	,320	Tidak ada gejala
KMT	1,429	,700	Tidak ada gejala

Sumber: Data diolah SPSS 26 (2021)

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier berganda ada korelasi antar kesalahan pengganggu. Autokorelasi dapat diketahui melalui uji Durbin-Watson (*DW Test*)

Tabel 8. Uji Autokorelasi Model Regresi 1 dan 2

Model Regresi	Variabel	Durbin-Watson
1	CSR > 5%	2,205
2	CSR < 5%	1,914

Sumber: Data diolah SPSS 26 (2021)

4. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heterokedastisitas. Pada penelitian ini, uji heterokedastisitas dilakukan dengan menggunakan Uji Glejser.

Tabel 9. Uji Heterokedastisitas Model Regresi 1

Variabel	Sig.	Keterangan
CSR > 5%	0,293	Tidak ada gejala
ROE	0,831	Tidak ada gejala
CR	0,715	Tidak ada gejala
LEV	0,825	Tidak ada gejala
CAPT	0,359	Tidak ada gejala
SIZE	0,700	Tidak ada gejala
KMS	0,681	Tidak ada gejala
KMT	0,518	Tidak ada gejala

Sumber: Data diolah SPSS 26 (2021)

Tabel 10 Uji Heterokedastisitas Model Regresi 2

Variabel	Sig.	Keterangan
CSR < 5%	0,769	Tidak ada gejala
ROE	0,207	Tidak ada gejala
CR	0,906	Tidak ada gejala
LEV	0,222	Tidak ada gejala
CAPT	0,158	Tidak ada gejala
SIZE	0,071	Tidak ada gejala
KMS	0,129	Tidak ada gejala
KMT	0,067	Tidak ada gejala

Sumber: Data diolah SPSS 26 (2021)

4.1.3 Uji Hipotesis

1. Analisis Linier Berganda

Tabel 11. Analisis Linier Berganda Model 1

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,304	4,897		2,104	,045
	CSR > 5%	,175	,081	,530	2,153	,041
	ROE	-,020	,069	-,044	-,291	,774
	CR	-,211	,129	-,337	-1,639	,113
	LEV	,173	,119	,444	1,454	,158
	CAPT	,054	,106	,139	,513	,612
	SIZE	-5,033	1,814	-,723	-2,774	,010

	KMS	-1,105	,323	-,575	-3,416	,002
	KMT	,010	,437	,004	,022	,982

Sumber: Data diolah SPSS 26 (2021)

Tabel 12. Analisis Regresi Linier Berganda Model 2

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
2	(Constant)	,265	,218		1,215	,228
	CSR < 5%	-,000	,000	-,071	-,617	,539
	ROE	-,458	,144	-,361	-3,188	,002
	CR	-,002	,002	-,138	-,943	,349
	LEV	-,001	,004	-,048	-,293	,771
	CAPT	-,024	,059	-,081	-,416	,678
	SIZE	,000	,007	,006	,053	,958
	KMS	,010	,079	,023	,129	,898
	KMT	,098	,068	,177	1,438	,154

Sumber: Data diolah SPSS 26 (2021)

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 13. Uji Koefisien Determinasi Model Regresi 1

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,784 ^a	,615	,496	,38806

Sumber: Data diolah SPSS 26 (2021)

Berdasarkan Tabel 4.12 menunjukkan besarnya pada persamaan pertama penelitian ini diperoleh nilai *Adjusted R² (R Square)* sebesar 0,496, artinya 49,6% variabel agresivitas pajak dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu CSR > 5% dan variabel kontrol ROE, CR, LEV, CAPT, SIZE, KMS dan KMT terhadap agresivitas pajak.

Tabel 14. Uji Koefisien Determinasi Model Regresi 2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
2	,445 ^a	,198	,113	075038

Sumber: Data diolah SPSS 26 (2021)

Berdasarkan Tabel 4.13 menunjukkan besarnya pada persamaan kedua penelitian ini diperoleh nilai *Adjusted R² (R Square)* sebesar 0,113, artinya 11,3% variabel agresivitas pajak dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu CSR < 5% dan variabel kontrol ROE, CR, LEV, CAPT, SIZE, KMS dan KMT terhadap agresivitas pajak. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model ini.

3. Uji Statistik F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi < 0.05 berarti secara bersama-sama variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 15. Uji F Model Regresi 1

Uji F Model Regresi CSR > 5%			
Model		F	Sig.
1	Regression	5,187	,001 ^b

	Residual		
	Total		

Sumber: Data diolah SPSS 26 (2021)

Berdasarkan tabel diatas, nilai F model penelitian diperoleh sebesar 5,187 dengan nilai sig. sebesar 0,001. Tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen CSR > 5%, dan variabel kontrol ROE, CR, LEV, CAPT, SIZE, KMS dan KMT secara bersama-sama memiliki pengaruh secara simultan terhadap agresivitas pajak (TAG).

Tabel 16 Uji F Model Regresi 2

Uji F Model Regresi CSR < 5%			
Model		F	Sig.
2	Regression	2,341	,0126 ^b
	Residual		
	Total		

Sumber: Data diolah SPSS 26 (2021)

Berdasarkan tabel diatas, nilai F model penelitian diperoleh sebesar 2,341 dengan nilai sig. sebesar 0,026. Tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen CSR < 5%, dan variabel kontrol ROE, CR, LEV, CAPT, SIZE, KMS dan KMT secara bersama-sama memiliki pengaruh secara simultan terhadap agresivitas pajak (TAG).

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh CSR > 5% Penghasilan Neto Fiskal Terhadap Agresivitas Pajak

Hipotesis pertama dalam penelitian ini yaitu “CSR > 5% berpengaruh terhadap agresivitas pajak”. Berdasarkan hasil analisis yang tersaji dalam tabel uji hipotesis (uji t) menunjukkan bahwa perusahaan dengan CSR > 5% penghasilan neto fiskal memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak. Hal ini dapat dilihat dari CSR > 5% memiliki nilai signifikansi sebesar 0,041 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa CSR > 5% berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Dengan demikian H1 diterima. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 Pasal 1 angka 2 Tentang Badan Usaha Milik Negara (UU 19/2003) menyatakan bahwa BUMN adalah perusahaan yang berbentuk perseroan terbatas yang modalnya terbagi dalam saham yang seluruh atau paling sedikit 51% sahamnya dimiliki oleh negara yang tujuan utamanya mengejar keuntungan. Hal ini dapat diartikan bahwa Perusahaan BUMN merupakan salah satu penyumbang terbesar pendapatan negara.

Perusahaan BUMN merupakan salah satu Wajib Pajak yang harus memenuhi kewajiban perpajakannya untuk pendapatan negara demi kesejahteraan masyarakat itu sendiri. Namun pada hakikatnya tidak ada orang atau organisasi yang senang dalam membayar pajak sehingga wajib pajak (perusahaan) kerap melakukan berbagai cara untuk mendapatkan pajak seminimal mungkin. Tindakan itu disebut dengan agresivitas pajak. Salah satu yang diduga akan mempengaruhi agresivitas pajak adalah CSR. Apabila suatu perusahaan akan memperoleh penghasilan kena pajak yang cukup besar, maka perusahaan tersebut akan mencari jalan untuk mengurangi beban pajaknya. Salah satunya bisa melalui penekanan kegiatan CSR namun masih dalam bingkai peraturan (in legal way). CSR dalam perusahaan BUMN berupa program kemitraan dan bina lingkungan (PKBL). Namun tidak semua kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan dapat diakui dalam perpajakan. Terdapat beberapa sumbangan yang dapat dimasukkan ke dalam biaya yang diperkenankan sebagai pengurang dalam laporan fiskal dan maksimal hanya 5% dari penghasilan neto fiskal, namun terdapat beberapa perusahaan yang melakukan tindakan CSR melebihi batas maksimal.

Ketika nilai CSR tinggi, maka penghasilan kena pajak akan rendah sehingga beban pajak juga akan kecil dan kewajiban pajak yang harus dibayarkan perusahaan juga kecil. Sebaliknya, jika CSR rendah maka penghasilan kena pajak akan tinggi dan beban pajak perusahaan juga akan tinggi sehingga utang pajak yang dibayar juga tinggi. Hal ini dikarenakan rendahnya biaya sumbangan (CSR) yang dijadikan sebagai biaya pengurang dalam laporan fiskal tidak akan menyebabkan penghasilan kena

pajak menjadi rendah. Selain itu CSR yang tinggi juga akan menyebabkan nilai ETR menjadi rendah, karena semakin tinggi CSR, maka semakin rendah beban pajak suatu perusahaan dan laba perusahaan akan meningkat sehingga hasil rasio ETR akan semakin rendah. ETR yang rendah merupakan tarif yang baik untuk perusahaan, artinya perusahaan telah berhasil melakukan perencanaannya. Tarif pajak perusahaan ditentukan oleh pemerintah sebagaimana telah ditetapkan dalam Undang-Undang Nomor 36 tahun 2008 Tentang Pajak Penghasilan Pasal 17 ayat (1) bagian b menyatakan bahwa tarif pajak yang dikenakan secara umum kepada Wajib Pajak Badan adalah sebesar 25%. Sementara pada Pasal 17 ayat (2) bagian b menyatakan bahwa tarif pajak yang dikenakan kepada Wajib Pajak Badan yang berbentuk Perseroan Terbuka (Tbk.) adalah sebesar 20%. Dengan demikian, apabila nilai ETR suatu Perusahaan Tbk. berada di bawah 20% dan Perusahaan Non Tbk. menunjukkan dibawah 25%, maka perusahaan terindikasi melakukan agresivitas pajak.

Pada penelitian ini terdapat 7 perusahaan yang diduga melakukan tindakan agresivitas, dimana hal ini dapat dilihat bahwa 7 perusahaan tersebut memiliki nilai CSR yang melebihi batas maksimal. Namun tidak semua perusahaan yang memiliki nilai CSR diatas 5% dapat dikatakan melakukan agresivitas pajak, karena terdapat beberapa perusahaan yang memiliki nilai ETR diatas 20% dan 25%. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Lanis and Richardson (2012), Yoehana and HARTO (2013), dan Pradnyadari and Rohman (2015), yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh pada agresivitas pajak.

4.2.2 Pengaruh CSR < 5% Penghasilan Neto Fiskal Terhadap Agresivitas Pajak

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah “CSR < 5% penghasilan neto fiskal berpengaruh terhadap agresivitas pajak”. Berdasarkan hasil analisis yang tersaji dalam Tabel uji t menunjukkan bahwa CSR < 5% penghasilan neto fiskal tidak memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak. Hal ini dapat dijelaskan dengan CSR < 5% memiliki nilai signifikansi sebesar 0,539 dimana lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa CSR < 5% tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Dengan demikian H2 ditolak. Pada penelitian ini terdapat 16 perusahaan yang diduga tidak melakukan tindakan agresivitas pajak. hal ini dapat dilihat bahwa 16 perusahaan tersebut memiliki nilai CSR yang tidak melebihi batas maksimal. Nilai CSR yang rendah mengakibatkan penghasilan kena pajak atau penghasilan neto fiskal yang menjadi dasar pengenaan pajak dalam laporan fiskal juga menjadi kecil. Hal ini akan mengakibatkan beban pajak perusahaan juga akan kecil, sehingga utang pajak yang harus dibayarkan perusahaan rendah.

CSR yang rendah tidak akan digunakan perusahaan sebagai tindakan agresivitas pajak karena nilai CSR yang kecil tidak akan menurunkan penghasilan neto fiskal atau penghasilan kena pajak sehingga pajak yang dibayarkan tetap akan tinggi karena tidak ada pengurangan yang besar dalam laporan fiskal tersebut. CSR yang rendah juga akan menyebabkan nilai ETR menjadi rendah. Hal ini dikarenakan semakin rendah CSR suatu perusahaan, maka semakin tinggi beban pajaknya dan laba perusahaan akan rendah sehingga hasil rasio ETR akan semakin tinggi. ETR yang tinggi menandakan bahwa perusahaan tidak terindikasi melakukan agresivitas pajak. Hal ini yang diduga menyebabkan CSR < 5% penghasilan neto fiskal tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak (ETR). Perusahaan bisa saja memiliki cara lain untuk menekan beban pajak tersebut selain melalui kegiatan CSR. Hasil penelitian ini mendukung penelitian (Fionasari, 2017) dan (Makhfudloh, Herawati, & Wulandari, 2018) yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara CSR dengan agresivitas pajak.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan BUMN Tahun 2015-2019, maka diperoleh kesimpulan dari penelitian ini antara lain sebagai berikut:

- a. Berdasarkan pengujian hipotesis, secara parsial Perusahaan dengan CSR > 5% penghasilan neto fiskal memiliki pengaruh terhadap Agresivitas Pajak (ETR). Berdasarkan ketentuan perpajakan, terdapat 1 Perusahaan BUMN yang berbentuk Perseroan Tbk. dengan tarif pajak (ETR) dibawah 20% dan 1 perusahaan lainnya memiliki nilai ETR diatas 20%. Sedangkan Perusahaan BUMN Non Tbk terdapat 4 perusahaan yang memiliki tarif pajak (ETR) dibawah 25% dan 1 perusahaan

- lainnya memiliki nilai ETR diatas 25%. Dengan demikian, berdasarkan ketentuan perpajakan, Perusahaan dengan CSR > 5% penghasilan neto fiskal berpengaruh terhadap agresivitas pajak.
- b. Berdasarkan pengujian hipotesis, secara parsial Perusahaan dengan CSR < 5% penghasilan neto fiskal tidak memiliki pengaruh terhadap Agresivitas Pajak (ETR). Berdasarkan ketentuan perpajakan, tidak terdapat Perusahaan BUMN yang berbentuk Perseroan Tbk. dengan tarif pajak (ETR) dibawah 20%. 7 Perusahaan BUMN Tbk. memiliki ETR diatas 20%. Sedangkan untuk perusahaan Non Tbk. terdapat 4 perusahaan yang memiliki tarif pajak (ETR) dibawah 25% dan 6 perusahaan lainnya memiliki nilai ETR diatas 25%. Dengan demikian, berdasarkan ketentuan perpajakan, Perusahaan dengan CSR < 5% penghasilan neto fiskal tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Referensi

- Fionasari, D., Savitri, E., & Andreas, A (2017). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Agresivitas Pajak (Studi pada Perusahaan yang Listing di Bursal Efek Indonesia).
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23 (Edisi 8). *Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*, 96.
- Kartini, D. (2009). *Corporate social responsibility: transformasi konsep sustainability management dan implementasi di Indonesia*: Refika Aditama.
- Kementeriann Baldaln Usalhal Milik Negalral. (2021). Klalster Industri.
- Lanis, R., & Richardson, G. (2012). Corporate social responsibility and tax aggressiveness: An empirical analysis. *Journal of Accounting and Public policy*, 31(1), 86-108.
- Makhfudloh, F., Herawati, N., & Wulandari, A. (2018). Pengaruh corporate social responsibility terhadap perencanaan agresivitas pajak. *Jurnal Akuntansi dan bisnis*, 18(1), 48.
- Manan, M. A., & Hasnawati, S. (2022). Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Financial Distress yang di Kontrol oleh Ukuran Perusahaan pada Perusahaan Industri Sektor Manufaktur di Indonesia. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen*, 3(4), 279-292.
- Manurung, A. D. P. (2022). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Intervening. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen*, 4(1), 57-71.
- Maulita, D., & Framita, D. S. (2021). Pengaruh pajak tangguhan dan ukuran perusahaan terhadap persistensi laba. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen*, 2(2), 141-152.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Pasal 3 No. 93 Tahun 2010 Tentang “Sumbangan Penanggulangan Bencana Nasional, Sumbangan Penelitian dan Pengembangan, Sumbangan Fasilitas Pendidikan, Sumbangan Pembinaan Olahraga, dan Biaya Pembangunan Infrastruktur Sosial yang Dapat Dikurangkan dari Penghasilan Bruto”.
- Pradnyadari, P., & Rohman, I. D. A. I. (2015). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Keputusan Investasi. *Diponegoro Journall of Accounting*.
- Septianingrum, F., Damayanti, D., & Maryani, M. (2022). Pengaruh Beban Pajak Kini, Beban Pajak Tangguhan dan Aset Pajak Tangguhan terhadap Manajemen Laba. *Studi Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen*, 2(1), 1-13.
- Solihin, I. (2009). *Corporate Social Responsibility: from charity to sustainability*: Penerbit Salemba.
- Suandy, E. (2017). *Perencanaan Pajak*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ulum, I. (2017). *INTELLECTUAL CAPITAL: Model Pengukuran, Framework Pengungkapan& Kinerja Organisasi*: UMMPress.
- Watson, L. (2011). Corporate social responsibility and tax aggressiveness: An examination of unrecognized tax benefits. *The Pennsylvania State University working paper*.
- Yoehana, M., & HARTO, P. (2013). *Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2011)*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis.