



**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP  
AGRESIVITAS PAJAK PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR  
FARMASI YANG TERDAFTAR DI BURSA  
EFEK INDONESIA PERIODE 2013-2016**

Skripsi

Dibuat oleh :  
Keny Rabila  
022113045

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PAKUAN  
BOGOR**

**AGUSTUS 2018**

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP  
AGRESIVITAS PAJAK PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR FARMASI  
YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2013-2016**


Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus  
Pada Hari : Senin, Tanggal : 30 / Juli / 2018


Keny Rabila  
022113045

Menyetujui,

Ketua Sidang Penguji,

  
(Dr. Hendro Sasongko, Ak., M.M., CA.)

Ketua Komisi Pembimbing

  
(Dr. Arief Tri Hardiyanto, Ak., MBA.,  
CMA., CCSA., CA., CSEP., QIA.)

Anggota Komisi Pembimbing

  
(Patar Simamora., SE., MSi)

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP  
AGRESIVITAS PAJAK PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR FARMASI  
YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2013-2016**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Akuntansi  
Program Studi Akuntansi pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan  
Bogor

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi,



(Dr. Hendro Sasongko, Ak., M.M., CA.)

Ketua Program Studi,

(Dr. Arief Tri Hardiyanto, Ak., MBA.,  
CMA., CCSA., CA., CSEP., QIA.)

## ABSTRAK

Keny Rabila 02213045, Akuntansi, Akuntansi Perpajakan, Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2016, Ketua Komisi Pembimbing: Dr. Arief Tri Hardiyanto dan Anggota Komisi Pembimbing: Patar Simamora Tahun 2018.

Penelitian ini ditunjukan untuk menjelaskan pengaruh *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sub sektor farmasi yang terdaftar di bursa efek Indonesia baik secara simultan maupun secara parsial.

Salah satu wajib pajak yang mempunyai kewajiban untuk membayar pajak yaitu perusahaan, perusahaan membayar pajak berdasarkan besarnya pendapatan bersih yang diperolehnya. Semakin besar pajak yang harus dibayarkan perusahaan, maka pendapatan negara semakin banyak. Hal tersebut berbeda dengan perusahaan, bagi perusahaan pajak merupakan beban yang akan mengurangi laba bersih. Tujuan pemerintah untuk memaksimalkan penerimaan dari sektor pajak bertentangan dengan tujuan 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 perusahaan.

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan sub sektor farmasi yang terdaftar di bursa efek Indonesia dengan menggunakan data sekunder dan berdasarkan purposive sampling diperoleh tujuh sampel perusahaan. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif statistik dengan alat bantu Eviews versi 7. Metode analisis data yang digunakan adalah uji regresi sederhana, analisis *corporate social responsibility*, dan analisis agresivitas pajak.

Hasil penelitian pada perusahaan sub sektor farmasi periode 2013-2016, mengungkapkan fakta bahwa *corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif terhadap agresivitas pajak berdasarkan hasil regresi model penelitian. Perusahaan yang memiliki tingkat *corporate social responsibility* akan mengakibatkan perusahaan lebih agresif terhadap pajaknya.

Dalam penelitian yang dilakukan, maka diperoleh kesimpulan bahwa *corporate social responsibility* memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak. Sarannya adalah 1) Bagi pembaca, dapat menjadi pengetahuan dan referensi mengenai pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak pada suatu perusahaan, 2) Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya dapat meneliti variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi kebijakan deviden.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility* dan Agresivitas Pajak

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2016”. Pembuatan skripsi merupakan salah satu persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi Universitas Pakuan Bogor.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan masukan, semangat dan dorongan dalam penyusunan makalah ini, izinkan penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Orang tua tercinta, Mamah Nani Suryani yang telah memberikan doa, kasih sayang serta dukungan baik secara moril, materil yang tidak pernah putus kepada saya. Terima kasih untuk selalu mengingatkan saya bahwa, lakukan segala sesuatu dengan sepuh hati dan semangat.
2. Bapak Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan. Terima kasih atas wawasan dan kesempatan yang telah diberikan kepada penulis selama menjadi mahasiswa.
3. Bapak Dr. Arief Tri Hardiyanto, Ak., MBA., CMA., CCSA., CA., CSEP., QIA. selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan, Bogor dan Ketua Komisi Bimbingan. Terima kasih atas wawasan dan kesempatan yang telah diberikan kepada penulis selama menjadi mahasiswa.
4. Ibu Retno Martanti Endah L, S.E., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan, Bogor. Terima kasih atas wawasan dan kesempatan yang telah diberikan kepada penulis selama menjadi mahasiswa.
5. Bapak Patar Simamora, SE,MM selaku Anggota Komisi Pembimbing. Terima kasih atas waktu, perhatian kesabaran serta pembelajaran yang selalu diberikan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, staf Tata Usaha dan Staf Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan, Bogor.
7. Teman-teman kelas Akuntansi B angkatan 2013, kalian adalah sahabat terbaik yang telah memberikan pengalaman berharga selama masa kuliah.
8. Teman-teman Anisha, Yuhanda, Tara, Qania, Zatu, Luckita, Renanda, Sasha, terimakasih atas semangat yang telah kalian berikan kepada penulis selama mengerjakan skripsi
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, tanpa mengurangi rasa hormat, terima kasih atas dukungan dan bantuannya selama ini hingga karya sederhana ini dapat terwujud dan bermanfaat untuk kepentingan bersama.

Penulis menyadari begitu banyak kelemahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Untuk itu, segala saran dan kritik yang membangun akan penulis terima dengan terbuka untuk penyempurnaannya di masa datang, harapan penulis semoga penulisan skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

*Wassalamualaikum Wr.Wb.*

Bogor, Juli 2018

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>BAB I     PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah .....	4
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	4
1.2.2 Perumusan Masalah .....	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	4
1.3.1 Maksud Penelitian .....	4
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Kegunaan Penelitian .....	5
<b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.3 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	6
2.3 Pengertian <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	6
2.1.2 <i>Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure</i> .....	7
2.1.3 Alasan CSR Perlu di Ungkapkan.....	9
2.1.4 Manfaat Informasi CSR Bagi Pengguna Laporan Keuangan .....	10
2.1.5 Tujuan CSR.....	11
2.1.6 Penggunaan Informasi CSR .....	13
2.1.7 Peran Pemerintah Terhadap CSR .....	14
2.2 Teori Legitimasi .....	15
2.3 Teori Stakeholder.....	16
2.4 Pengertian Pajak .....	16
2.4.1 Agresivitas Pajak .....	19
2.5 Penelitian Sebelumnya.....	21
2.5.1 Kerangka Pemikira.....	21
2.5.2 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Agresivitas Pajak .....	22
2.5.3 Hipotesis Penelitian .....	22
<b>BAB III   METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian .....	23
3.2 Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian .....	23
3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	23

3.4	Operasionalisasi Variable .....	23
3.5	Metode Penarikan Sampel .....	24
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	24
3.7	Metode Pengolahan/Analisis Data.....	24
3.7.1	Pengujian Regresi Sederhana .....	25
3.7.2	Analisis <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	25
3.7.3	Analisis Agresivitas Pajak .....	25
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN</b>	
4.1	Hasil Pengumpulan Data .....	27
4.1.1	Sejarah Perusahaan .....	28
4.2	Pembahasan .....	32
4.2.1	<i>Corporate Social Responsibility</i> .....	32
4.2.2	Agresivitas Pajak (ETR) .....	34
4.2.3	Analisis Statistik Deskriptif .....	35
4.2.4	Analisis Data .....	36
4.2.5	Hasil Uji Hipotesis .....	38
4.3	Interpretasi Hasil Penelitian.....	39
4.3.1	Perkembangan <i>Corporate Social Responsibility</i> Pada Sub Sektor Farmasi Periode 2013-2016 .....	39
4.3.2	Perkembangan Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi Dalam Periode 2013-2016 .....	39
4.3.3	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Agresivitas Pajak .....	40
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1	Simpulan.....	41
5.2	Saran.....	41
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Ringkasan Penelitian Sebelumnya.....	21
Tabel 2	Operasionalisasi Variable.....	23
Tabel 3	Daftar Perusahaan Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di BEI Periode 2013-2016.....	24
Tabel 4	Kriteria Pemilihan Sampel.....	27
Tabel 5	Daftar Kode dan Nama Perusahaan.....	28
Tabel 6	Perhitungan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) .....	33
Tabel 7	Perhitungan <i>Effective Tax Rate</i> (ETR) .....	34
Tabel 8	Hasil Analisa Statistik Deskriptif .....	36
Tabel 9	Data Penelitian Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dengan Agresivitas Pajak .....	37
Tabel 10	Hasil Regresi Model Penelitian .....	38

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Kerangka Pemikiran .....	22
Gambar 2.	Perkembangan <i>Corporate Social Responsibility</i> pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi .....	33
Gambar 3.	Perkembangan ETR pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi .....	34

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Pajak memegang peranan penting dalam perekonomian Negara kita. Hal ini dikarenakan pajak merupakan salah satu sumber pendapatan Negara yang bersal dari iuran wajib pajak rakyat, dimana ketentuan pemungutannya diatur dalam Undang-Undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum.

Salah satu wajib pajak yang mempunyai kewajiban untuk membayar pajak yaitu perusahaan, perusahaan membayar pajak berdasarkan besarnya pendapatan bersih yang diperolehnya. Semakin besar pajak yang harus dibayarkan perusahaan, maka pendapatan negara semakin banyak. Hal tersebut berbeda dengan perusahaan, 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 mengefisiensikan beban pajaknya sehingga memperoleh keuntungan yang lebih besar dalam rangka mensejahterakan pemilik dan melanjutkan kelangsungan hidup perusahaanya.

Banyak upaya yang dilakukan perusahaan untuk meminimalkan pajak yang ditanggungnya, diantaranya yaitu dengan melakukan agresivitas pajak. Menurut Darusalam dan Septiadi (2009), “Agresivitas pajak atau perencanaan pajak adalah suatu skema transaksi yang ditujukan untuk meminimalkan beban pajak dengan memanfaatkan kelemahan-kelemahan (*loophole*) ketentuan perpajakan suatu Negara sehingga ahli pajak menyatakan legal karena tidak melanggar peraturan-peraturan perpajakan. “Agresivitas pajak merupakan suatu hal yang umum terjadi dikalangan perusahaan besar diseluruh dunia meskipun sampai saat ini masih menjadi perdebatan. Tingkat agresivitas pajak yang dilakukan melalui strategi perencanaan pajak pada umumnya berusaha untuk menghindari sanksi akibat dari penerapan pajak yang melanggar peraturan perundang-undangan perpajakan di Indonesia, tetapi perencanaan pajak merupakan penerapan kegiatan-kegiatan perusahaan terhadap peraturan dan perundang-undangan perpajakan yang berlaku untuk mengecilkan beban pajak perusahaan” Sumarsan (2013).

Dalam konteks pembangunan saat ini, keberhasilan sebuah perusahaan bukan lagi diukur dari keuntungan bisnis semata, melainkan juga dilihat sejauh mana kepedulian perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan atau disebut juga dengan *Corporate Social Responsibility*. *Corporate social responsibility* adalah suatu konsep atau tindakan yang dilakukan perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan tersebut berada. Perusahaan dengan tingkat csr rendah

merupakan perusahaan yang tidak bertanggung jawab secara sosial sehingga melakukan tindakan perencanaan pajak yang lebih agresif dibandingkan perusahaan yang sadar sosial memiliki tingkat csr yang tinggi. Pada mulanya keberhasilan perusahaan tidak diikuti dengan perhatiannya terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya, di indonesia banyak perusahaan yang hanya berorientasi memaksimalkan laba untuk menunjukkan keberhasilan kinerjanya. Seharusnya perusahaan tidak hanya memaksimalkan laba yang di dapatkannya tetapi harus diikuti oleh pertanggung jawabannya terhadap masyarakat dan lingkungannya. Sebaiknya perusahaan memiliki kepedulian public, hal ini dikarenakan banyaknya permasalahan-permasalahan yang muncul seperti polusi, pembangunan limbah, pengerusan sumber daya, keamanan dan kualitas produk, serta hak dan status pekerja yang mulai di kritik oleh beberapa pihak.

Permasalahan-permasalahan tersebut seharusnya sudah menjadi fokus perusahaan dalam pengembangan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Reverte (2008) “CSR pada prinsipnya merupakan suatu komitmen berkelanjutan dari perusahaan untuk bertanggung jawab secara ekonomi, sosial, dan lingkungan atau ekologis kepada masyarakat, lingkungan, serta para pemangku kepentingan (*stakeholder*). Tanggung jawab tersebut meliputi mencegah dampak negatif yang ditimbulkan perusahaan terhadap pihak lain dan lingkungan serta meningkatkan kualitas masyarakat termasuk karyawan, pemasok, pelanggan, dan lingkungan sekitar perusahaan Diba (2012).

Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dikelompokkan sesuai bidang usaha, salah satunya perusahaan sub sektor farmasi. Industri sub sektor farmasi merupakan perusahaan komersial yang fokus dalam meneliti, mengembangkan dan mendistribusikan obat terutama dalam hal kesehatan. Dengan mulai banyaknya perusahaan farmasi yang melakukan perkembangan, maka dapat menimbulkan persaingan yang tajam antar perusahaan farmasi. Oleh karena itu perusahaan farmasi di Indonesia dituntut untuk mampu bersaing dengan cara membuat inovasi, promosi dan sistem pemasaran yang baik, serta kualitas produk yang optimal. Perusahaan yang mengungkapkan CSR akan lebih diminati oleh investor. Hal tersebut disebabkan bahwa perusahaan tersebut tidak hanya memperhatikan laba tetapi juga memperhatikan lingkungan dan sosial dimana perusahaan itu berada serta di anggap memiliki tingkat agresif pajak yang lebih rendah. Berikut hasil perhitungan ETR pada perusahaan sub sektor farmasi selama tahun 2013-2016 yang menunjukkan perkembangan ETR dari tujuh perusahaan sub sektor farmasi.

Pada perusahaan sub sektor farmasi periode 2013-2016 memiliki hasil yang berbeda setiap tahunnya. Terdapat perusahaan yang memiliki kenaikan yang signifikan yaitu pada perusahaan PT Indofarma Persero Tbk atau INAF yaitu sebesar 0,1398 pada tahun 2013 menjadi 0,8426 atau mengalami kenaikan sebesar 0,7028 pada tahun 2014 dan mengalami penurunan sebesar 0,3058 atau menjadi 0,5368 pada

tahun 2015, pada tahun 2016 mengalami penurunan yang signifikan kembali sebesar 0,4557 atau menjadi 0,0811. Kenaikan dan penurunan pada perusahaan PT Indofarma Persero Tbk atau INAF merupakan kenaikan dan penurunan tertinggi di bandingkan dengan perusahaan lain pada perusahaan sub sektor farmasi.

Penelitian tentang agresivitas pajak dan *Corporate Social Responsibility* telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Mareta Yoehana (2013) menguji *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak pada perusahaan manufaktur. Menunjukkan bahwa berdasarkan alat uji statistik yang digunakan adalah analisis regresi OLS. Hasil empiris menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan, semakin rendah tingkat agresivitas pajak.

Penelitian oleh Lanis dan Richardson (2011) menguji *Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness*. Menunjukkan bahwa berdasarkan analisis regresi OLS yang memberikan bukti bahwa terdapat hubungan negatif antara CSR dan tarif pajak yang berlaku.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk mengambil judul mengenai: **“Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di Bei Periode 2013-2016”**.

## **1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah**

### **1.2.1. Identifikasi Masalah**

Pajak merupakan salah satu sumber pendanaan bagi negara, namun bagi perusahaan pajak merupakan beban yang harus ditanggung perusahaan atas laba yang diperoleh eh perusahaan. Semakin besar laba yang diperoleh perusahaan maka semakin besar pula laba yang akan ditanggung oleh perusahaan. Pada dasarnya perusahaan menginginkan memperoleh laba yang tinggi dengan beban pajak yang rendah, hal tersebut menyebabkan banyak perusahaan yang melakukan berbagai upaya untuk menimalkan beban pajak yang ditanggungnya.

### **1.2.2. Perumusan Masalah**

1. Bagaimana perkembangan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi selama periode 2013-2016.
2. Bagaimana perkembangan Agresivitas Pajak pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi selama periode 2013-2016.
3. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi periode 2013-2016 secara parsial.

### **1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1. Maksud Penelitian**

Penelitian ini bermaksud untuk menguji serta menganalisis keterkaitan atau hubungan antara Corporate Social Responsibility terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Farmasi yang terdaftar di BEI selama periode 2013-2016.

#### **1.3.2. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mendeskripsikan perkembangan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi selama periode 2013-2016.
2. Untuk mendeskripsikan perkembangan Agresivitas Pajak pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi selama periode 2013-2016.
3. Untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi periode 2013-2016 secara parsial.

#### **1.4. Kegunaan Penelitian**

1. Kegunaan Teoritis
  - a. Bagi Pembaca  
Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat menjadi masukan yang bermanfaat bagi pembaca mengenai *Corporate Social Responsibility* dan Agresivitas Pajak.
  - b. Bagi peneliti selanjutnya  
Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai referensi di dalam pengembangan ilmu akuntansi perpajakan khususnya mengenai *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Teori Legitimasi**

Teori legitimasi (*Legitimacy Theory*) berfokus pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Teori ini menyatakan bahwa organisasi adalah bagian dari masyarakat sehingga harus memperhatikan norma-norma sosial masyarakat karena kesesuaian dengan norma sosial dapat membuat perusahaan semakin legitimate.

Menurut Gray, et al (1996) dalam Octaviana (2014, 12) “Teori legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah, individu, dan kelompok masyarakat”.

Perusahaan dalam melegitimasi aktivitasnya di mata masyarakat, cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan. Menurut Muid (2011) dalam Cynthia Devi (2014, 17) “Teori legitimasi didasarkan pada pengertian kontrak sosial yang diimplikasikan antara intisusi sosial dan masyarakat. Teori legitimasi juga menjelaskan bahwa praktik pengungkapan tanggung jawab perusahaan harus dilaksanakan sedemikian rupa agar aktivitas dan kinerja perusahaan dapat diterima oleh masyarakat”.

Untuk tetap mendapatkan legitimasi maka organisasi perusahaan harus mengkomunikasikan aktivitas lingkungan dengan melakukan pengungkapan lingkungan sosial. Pengungkapan lingkungan dinilai bermanfaat untuk memulihkan, meningkatkan dan mempertahankan legitimasi yang telah diterima.

#### **2.2 Teori Stakeholder**

Teori stakeholder ang merupakan kependekan dari Teori Stakeholder Korporasi adalah sebuah konsep yang relative modern. Itu pertama kali dipopulerkan oleh R. Edward Freeman pada tahun 1984 buku *Mannajemen Strategisnya: Pendekatan Stakeholder* (1984). Freeman mendefinisikan pemangku kepentingan sebagai “kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian organisasi”

Premis dasar teori stakeholder adalah bahwa semakin kuat hubungan korporasi binis korporasi sebaliknya, semakin buruk hubungan korporasi, akan semakin sulit. Hubungan yang kuat dengan para pemangku kepentingan adalah mereka berdasarkan kepercayaan, rasa hormat, dan kerjasama. Tidak seperti CSR, yang sebagian besar yang wajar, merupakan konsep filosofis, teori *stakeholder* awalnya, dan masih terutama, sebuah kinsep manajemen strategis. Tujuan dari teori *stakeholder* adalah untuk mebantu korporasi memperkuat hubungan dengan kelompok-kelompok eksternal untuk mengembangkan keunggulan kompetitif.

Salah satu tantangan pertama bagi korporasi adalah untuk mengidentifikasi:

1. Pemegang saham dan investor yang menginginkan hasil optimal investasi mereka.
2. Karyawan ingin tempat kerja yang aman, gaji yang kompetitif dan keamanan kerja.
3. Pelanggan menginginkan barang dan jasa berkualitas dengan harga yang wajar.
4. Masyarakat setempat ingin investasi masyarakat
5. Regulator ingin sesuai peraturan yang berlaku

## **2.3 Corporate Social Responsibility (CSR)**

### **2.3.1 Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)**

*Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan konsep yang terus berkembang. *Corporate Social Responsibility (CSR)* belum memiliki definisi standar maupun seperangkat kriteria yang spesifik yang diakui secara penuh oleh pihak-pihak yang terlibat di dalamnya. Perusahaan pada saat ini seharusnya tidak hanya berorientasi pada hal menghasilkan banyak uang untuk menguntungkan bagi perusahaan dan pemilik (*single bottom line*) tetapi juga harus memperhatikan aspek lain yang sesuai dengan *triple bottom line* dimana perusahaan harus memperhatikan aspek keuangan, sosial dan lingkungan.

*Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah cara perusahaan dalam mengelola aktivitas bisnisnya baik secara sebagian maupun secara keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungan” (2011, 46). David (2008) mengatakan bahwa “CSR adalah perhatian terhadap atau hubungan antara perusahaan global, pemerintahan, dan masyarakat”.

Menurut Suharto (2010, 5) “*Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedure*) yang tepat dan professional. Sedangkan menurut Hoi et al (2013) dalam Wahyudi (2015, 134) “*Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah keyakinan tentang tindakan-tindakan yang dianggap benar yang mempertimbangkan tidak hanya masalah ekonomi tetapi juga masalah sosial, lingkungan dan dampak eksternalitas lain dari tindakan-tindakan perusahaan.

Definisi *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang dikemukakan oleh *World Bank* yang memandang *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai komitmen perusahaan untuk berkontribusi terhadap bekerjanya pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan karyawan dan perwakilan mereka dalam komunitas setempat dan masyarakat secara luas untuk meningkatkan kualitas hidup, dengan cara yang baik dimana baik untuk usaha dan juga untuk pembangunan.

*Business Actions for Sustainable Development (BASD)* yang sebelumnya bernama *World Business Council for Sustainable*



*Development* (WBCSD) mengintegrasikan dan menempatkan CSR dalam konteks pembangunan berkelanjutan. Elemen utama CSR mencakup diantaranya hak asasi manusia, hak-hak pekerja, perlindungan lingkungan, relasi dengan pemasok, keterlibatan masyarakat, hak-hak *stakeholder* dan memonitoring serta *assessment* kinerja CSR”, (Suharto, 2010, 11).

Di Indonesia *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial sudah diatur dalam Undang-undang No. 40 Tahun *Corporate Social Responsibility* (CSR) 2007 Tentang Perseroan Terbatas pada pasal 74 yang berbunyi “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”.

Menurut Effendi (2007, 113), ada beberapa manfaat bagi perusahaan dalam mengimplementasikan *Corporate Social Responsibility* (CSR), antara lain:

1. Keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan. Selain itu, perusahaan juga mendapatkan citra/nilai (*image*) yang positif dari masyarakat luas.
2. Perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal.
3. Perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*Human Resource*) yang berkualitas.
4. Perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*Critical Decision Making*) dan dapat mempermudah pengelolaan manajemen resiko (*Risk Management*).

Pertanggungjawaban sosial diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. Menurut Priantana (2011), “*Sustainability Reporting* merupakan pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, yang mana pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development*)”.

Instrumen pengukuran CSR yang akan digunakan dalam penelitian ini mengacu pada instrumen *Global Reporting Initiative* (GRI). GRI merupakan sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan laporan berkelanjutan dan berkomitmen terus menerus melakukan perbaikan dan penerapan diseluruh dunia.

### **2.3.2 Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure**

*Corporate Social Responsibility* (CSR) *Disclosure* atau pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah bentuk pengkomunikasian *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang sudah dilakukan oleh sebuah perusahaan mengenai dampak sosial yang terjadi akibat kegiatan ekonomi perusahaan. Pengungkapan sosial dan lingkungan merupakan proses yang digunakan

oleh perusahaan untuk mengungkapkan informasi berkaitan dengan kegiatan perusahaan juga pengaruhnya terhadap kondisi sosial dan lingkungan.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. (Sembiring, 2005)

Deegan (2002) dalam Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa “Pengungkapan CSR dipandang sebagai sarana yang digunakan oleh manajemen perusahaan dalam berinteraksi dengan masyarakat yang lebih luas untuk mempengaruhi persepsi”.

Pengungkapan CSR perusahaan dapat melalui berbagai macam media seperti laporan tahunan dan website perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada para *stakeholder* dan juga untuk menjaga reputasi. Sebagian perusahaan bahkan menganggap bahwa mengomunikasikan kegiatan atau program CSR sama pentingnya dengan kegiatan CSR itu sendiri. Dengan mengomunikasikan CSR-nya, makin banyak masyarakat yang mengetahui investasi sosial perusahaan sehingga tingkat risiko perusahaan menghadapi gejolak sosial akan menurun (Yoehana, 2013:20).

Di Indonesia, sampai sejauh ini belum ada standar khusus yang mengatur tentang pelaporan pertanggungjawaban sosial (*CSR Disclosure*). Hal ini disebabkan karena sulitnya mengukur biaya dan manfaat sosial perusahaan di masa depan. Sehingga perusahaan dapat merancang sendiri bentuk pelaporan pertanggungjawaban sosialnya pada publik atau dengan mengadopsi pedoman yang telah umum digunakan (Yoehana, 2013:22).

Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah indikator yang dipakai oleh Sembiring (2005) yang terdiri atas tujuh kategori, yaitu lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Ketujuh kategori tersebut terbagi dalam 90 item pengungkapan.

Berdasarkan peraturan Bapepam No. VIII.G.2 tentang laporan tahunan dan kesesuaian item tersebut untuk diaplikasikan di Indonesia, maka penyesuaian kemudian dilakukan. Dua belas item dihapuskan karena kurang sesuai untuk diterapkan dengan kondisi di Indonesia sehingga secara total tersisa 78 item pengungkapan. Skala pengukuran untuk pengungkapan CSR digunakan pengukuran dengan skala nominal (*Dummy*), yaitu setiap item CSR dalam instrument penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Lalu, skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan.

Instrumen pengukuran *Corporate Social Responsibility* yang akan digunakan dalam penelitian ini mengacu pada instrumen *Global Reporting Initiative (GRI)*. GRI merupakan sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan laporan berkelanjutan dan berkomitmen terus menerus melakukan perbaikan dan penerapan diseluruh dunia.

Pengukuran *corporate social responsibility (CSR)* diukur dengan proksi CSRDI (*corporate social responsibility disclosure index*) berdasarkan indikator GRI (*global reporting initiatives*) dalam penelitian ini akan dinilai dengan membandingkan jumlah item yang diungkapkan dengan jumlah item yang disyaratkan GRI meliputi 91 item pengungkapan. Dalam GRI versi G4 *guidelines*, indikator CSR dikelompokkan ke dalam enam kategori, yaitu:

1. Indikator Kinerja Ekonomi (*Economic Performance Indicator*)
2. Indikator Kinerja Lingkungan (*Enviromental Performance Indicator*)
3. Indikator Kinerja Tenaga Kerja (*Labor Practices Performances Indicator*)
4. Indikator Hak Asasi Manusia (*Human Rights Performances Indicator*)
5. Indikator Masyarakat (*Society Indicator*)
6. Indikator Kinerja Produk (*Product Responsibility Performance Indicator*)

$$\text{CSRDI} = \frac{V}{M}$$

Keterangan:

CSDI = Indeks pengungkapan sosial perusahaan

V = Jumlah item yang diungkapkan

M = Jumlah item untuk perusahaan (91 item)

Dengan menggunakan instrumen pengukuran yang mengacu pada instrumen yang digunakan oleh Sembiring (2005), diharapkan akan lebih banyak item pengungkapan yang dapat teridentifikasi dalam penelitian ini. Sehingga akan lebih dapat menggambarkan bagaimana pengaruh pengungkapan CSR perusahaan di Indonesia terhadap agresivitas pajak.

### 2.3.3 Alasan CSR Perlu di Ungkapkan

Berdasarkan konsep Triple Bttom Line John Elkington (1997) atau tiga faktor utama operasi dalam kaitannya dengan lingkungan dan manusia (*People, Profit, and Planet*), program tanggung jawab sosial penting untuk diterapkan oleh perusahaan karena keuntungan perusahaan tergantung pada masyarakat dan lingkungan. Perusahaan tidak bisa begitu saja mengabaikan peranan *stakeholders* (konsumen, pekerja, masyarakat, pemerintah, dan mitra bisnis) dan *shareholders* dengan hanya mengejar profit semata.

Jika perusahaan mengabaikan keseimbangan *Triple Bottom Line* maka akan terjadi gangguan pada manusia dan lingkungan sekitar perusahaan yang dapat menimbulkan reaksi seperti demo masyarakat sekitar atau kerusakan lingkungan

sekitar akibat aktifitas perusahaan yang mengabaikan keseimbangan tersebut. Jadi, ada atau tidaknya sebuah peraturan yang mewajibkan sebuah perusahaan yang menjalankan program tanggung jawab sosial atau tidak sebenarnya tidak akan terlalu membawa perubahan karena jika perusahaan tidak menjaga keseimbangan antara *people*, *profit*, dan *planet* maka cepat atau lambat pasti akan timbul reaksi dari pihak yang dirugikan kepada perusahaan tersebut.

Melaksanakan program tanggung jawab sosial sangat penting dilakukan khususnya bagi perusahaan kecil atau startup (perusahaan yang baru berdiri) yang masih memulai langkahnya dalam pengembangan usahanya, karena dari program tanggung jawab sosial ini secara tidak langsung perusahaan tersebut memperkenalkan diri kepada masyarakat dan konsumen sehingga nantinya konsumen konsumen mengetahui dan mengenal perusahaan tersebut. Adapun beberapa alasan suatu perusahaan melakukan program tanggung jawab sosial adalah sebagai berikut :

1. Alasan sosial Perusahaan melaksanakan CSR untuk memenuhi tanggung jawab sosial kepada masyarakat. Sebagai pihak luar yang beroperasi di wilayah orang lain, perusahaan dituntut untuk berlaku etis terhadap masyarakat sekitarnya. Perusahaan harus ikut serta dalam pemenuhan kesejahteraan masyarakat dan juga menjaga lingkungan dari kerusakan yang ditimbulkan.
2. Alasan ekonomi. Motif perusahaan dalam melakukan CSR tetap berujung pada motif mencari keuntungan. Perusahaan melakukan program CSR untuk menarik simpati masyarakat dengan membangun image positif yang pada akhirnya tetap bertujuan untuk meningkatkan profit.
3. Alasan hukum UU PT No.40 Pasal 74 yang berisi kewajiban pelaksanaan CSR bagi perusahaan- perusahaan yang terkait dengan sumber daya alam memperkuat pernyataan perusahaan melakukan CSR karena alasan hukum. CSR dilakukan perusahaan karena adanya tuntutan yang jika tidak dilakukan akan dikenai sanksi atau denda. Adapun isi dari pasal tersebut antara lain :
  - a. Ayat 1, menjelaskan bahwa perseroan menjalankan kegiatan usahanya di bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
  - b. Ayat 2, menjelaskan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan itu merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.

- c. Ayat 3, menggariskan perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana pasal 1 dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Moralitas Perusahaan harus bertanggung jawab kepada banyak pihak yang berkepentingan terutama terkait dengan nilai-nilai moral dan keagamaan yang dianggap baik oleh masyarakat. Hal tersebut bersifat tanpa mengharapkan balas jasa.
5. Pemurnian Kepentingan Sendiri Perusahaan harus bertanggung jawab terhadap pihak-pihak yang berkepentingan karena pertimbangan kompensasi. Perusahaan berharap akan dihargai karena tindakan tanggung jawab mereka baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.
6. Teori Investasi Perusahaan harus bertanggung jawab terhadap stakeholder karena tindakan yang dilakukan akan mencerminkan kinerja keuangan perusahaan.
7. Mempertahankan otonomi Perusahaan harus bertanggung jawab terhadap stakeholder untuk menghindari campur tangan kelompok-kelompok yang ada didalam lingkungan kerja dalam pengambilan keputusan manajemen.

#### **2.3.4 Manfaat Informasi CSR Bagi Pengguna Laporan Keuangan**

Terdapat manfaat yang didapatkan dari pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan, baik bagi perusahaan sendiri, bagi masyarakat, pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya (Wibisono,2007: 99) menguraikan manfaat yang akan diterima dari pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR), diantaranya:

1. Bagi Perusahaan. Terdapat empat manfaat yang diperoleh perusahaan dengan mengimplementasikan CSR. Pertama, keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan dan perusahaan mendapatkan citra yang positif dari masyarakat luas. Kedua, perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal (*capital*). Ketiga, perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas. Keempat, perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*).
2. Bagi masyarakat, praktik CSR yang baik akan meningkatkan nilai-tambah adanya perusahaan di suatu daerah karena akan menyerap tenaga kerja, meningkatkan kualitas sosial di daerah tersebut. Pekerja lokal yang diserap akan mendapatkan perlindungan akan hak-haknya sebagai pekerja. Jika terdapat masyarakat adat atau masyarakat lokal, praktek CSR akan mengharagai keberadaan tradisi dan budaya lokal tersebut.

3. Bagi lingkungan, praktik CSR akan mencegah eksploitasi berlebihan atas sumber daya alam, menjaga kualitas lingkungan dengan menekan tingkat polusi dan justru perusahaan terlibat mempengaruhi lingkungannya.
4. Bagi negara, praktik CSR yang baik akan mencegah apa yang disebut *Corporate Misconduct* atau malpraktik bisnis seperti penyuapan pada aparat negara atau aparat hukum yang memicu tingginya korupsi. Selain itu, negara akan menikmati pendapatan dari pajak yang wajar (yang tidak digelapkan) oleh perusahaan.

### 2.3.5 Tujuan CSR

Setiap perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR pasti memiliki motivasi. Karena bagaimanapun tujuan perusahaan melaksanakan CSR terkait erat dengan motivasi yang dimiliki. Menurut Wibisono (2007, 78) sulit untuk menentukan benefit perusahaan yang menerapkan CSR, karena tidak ada yang dapat menjamin bahwa bila perusahaan yang telah mengimplementasikan CSR dengan baik akan mendapat kepastian benefit-nya. Oleh karena itu terdapat beberapa tujuan dilaksanakannya CSR, diantaranya :

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan brand *image* perusahaan. Perbuatan destruktif akan menurunkan reputasi perusahaan. Begitupun sebaliknya, kontribusi positif akan mendongkrak reputasi perusahaan. Inilah yang menjadi modal *non-financial* utama bagi perusahaan dan bagi *stakeholder*-nya yang menjadi nilai tambah bagi perusahaan untuk dapat tumbuh secara berkelanjutan.
2. Layak mendapatkan *social licence to operate*. Masyarakat sekitar perusahaan merupakan komunitas utama perusahaan. Ketika mereka mendapatkan benefit dari keberadaan perusahaan, maka pasti dengan sendirinya mereka ikut merasa memiliki perusahaan. Sebagai imbalan yang diberikan ke perusahaan paling tidak adalah keleluasaan perusahaan untuk menjalankan roda bisnisnya di wilayah tersebut. Jadi program CSR diharapkan menjadi bagian dari asuransi sosial (*social insurance*) yang akan menghasilkan harmoni dan persepsi positif dari masyarakat terhadap eksistensi perusahaan.
3. Mereduksi risiko bisnis perusahaan. Perusahaan mesti menyadari bahwa kegagalan untuk memenuhi ekspektasi *stakeholders* akan menjadi bom waktu yang dapat memicu risiko yang tidak diharapkan. Bila itu terjadi, maka disamping menanggung *opportunity loss*, perusahaan juga harus mengeluarkan biaya yang mungkin berlipat besarnya dibandingkan biaya untuk mengimplementasikan CSR.

4. Melebarkan akses sumber daya. *Track record* yang baik dalam pengelolaan CSR merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu untuk memuluskan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan.
5. Membentangkan akses menuju market. Investasi yang ditanamkan untuk program CSR ini dapat menjadi tiket bagi perusahaan menuju peluang pasar yang terbuka lebar. Termasuk didalamnya akan memupuk loyalitas konsumen dan menembus pangsa pasar baru.
6. Mereduksi biaya. Banyak contoh yang dapat menggambarkan keuntungan perusahaan yang didapat dari penghematan biaya yang merupakan buah dari implementasi dari penerapan program tanggung jawab sosialnya. Contohnya adalah upaya untuk mereduksi limbah melalui proses *recycle* atau daur ulang kedalam siklus produksi.
7. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*. Implementasi program CSR tentunya akan menambah frekuensi komunikasi dengan *stakeholders*. Nuansa seperti itu dapat membentangkan karpet merah bagi terbentuknya trust kepada perusahaan.
8. Memperbaiki hubungan dengan regulator. Perusahaan yang menerapkan program CSR pada dasarnya merupakan upaya untuk meringankan beban pemerintah sebagai regulator. Sebab pemerintahlah yang menjadi penanggungjawab utama untuk mensejahterakan masyarakat dan melestarikan lingkungan. Tanpa bantuan dari perusahaan, umumnya terlalu berat bagi pemerintah untuk menanggung beban tersebut.
9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan. Kesejahteraan yang diberikan para pelaku CSR umumnya sudah jauh melebihi standar normatif kewajiban yang dibebankan kepada perusahaan. Oleh karenanya wajar bila karyawan menjadi terpacu untuk meningkatkan kinerjanya.
10. Peluang mendapatkan penghargaan. Banyak reward ditawarkan bagi penggiat CSR, sehingga kesempatan untuk mendapatkan penghargaan mempunyai kesempatan yang cukup tinggi. Salah satu motif perusahaan dalam melaksanakan CSR dan menjadi bagian penting adalah menjalin hubungan yang baik dengan regulator. Perusahaan berdiri berdasarkan izin yang diberikan pemerintah, dan diharapkan mampu berkontribusi dalam pembangunan melalui pembayaran kewajiban berupa pajak dan lainnya, juga secara sadar turut membangun kepedulian terhadap meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan.

### 2.3.6 Penggunaan Informasi CSR

Informasi non keuangan dan keterlibatan sosial perusahaan dikomunikasikan kepada para *stakeholder*. Pengkomunikasian aktivitas tersebut dilakukan dengan berbagai cara dan media pengungkapan. Salah satu alat atau media yang dapat digunakan adalah laporan tahunan. Pengungkapan (*disclose*) berarti penyampaian (*release*) informasi. Akuntan cenderung menggunakan dalam pengertian yang lebih terbatas yaitu penyampaian informasi keuangan tentang suatu perusahaan di dalam laporan keuangan, biasanya laporan tahunan (Hendriksen dan Van Breda, 2007:23).

Di Indonesia, pada dasarnya pelaporan nonkeuangan ini secara umum telah terakomodasi dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 tahun 2004 tentang Penyajian laporan Keuangan dan dalam *Exposure Draft* PSAK no 20 tahun 2005 tentang Akuntansi Lingkungan.

Dalam PSAK No.1 tahun 2004 tentang Penyajian Laporan Keuangan, bagian Tanggung jawab atas Laporan Keuangan paragraf 09 dinyatakan bahwa :

Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting.

Dalam *Exposure Draft* PSAK No 20 tahun 2005 tentang Akuntansi Lingkungan bagian Pendahuluan paragraph 01 dinyatakan bahwa :

.....perusahaan-perusahaan pada masa kini diharapkan atau diwajibkan untuk mengungkapkan informasi mengenai kebijakan dan sasaran-sasaran lingkungannya, program-program yang sedang dilakukan dan kos-kos yang terjadi karena mengejar tujuan-tujuan ini dan menyiapkan serta mengungkapkan risiko-risiko lingkungan. Dalam area akuntansi, inisiatif yang telah digunakan untuk memfasilitasi pengumpulan data dan untuk meningkatkan kesadaran perusahaan dalam hal terdapatnya implikasi keuangan dari masalah-masalah lingkungan.

Bagian Definisi paragraf 08 dinyatakan :

“.....Pengungkapan tambahan, bagaimanapun, diperlukan atau dianjurkan agar merefleksikan secara penuh berbagai dampak lingkungan yang timbul dari berbagai aktivitas dari suatu perusahaan atau industri khusus”.

Bagian Pengungkapan paragraf 41 dinyatakan :

“..... Pengungkapan yang demikian itu dapat dimasukkan dalam laporan keuangan, dalam catatan atas laporan keuangan atau, dalam



kasus-kasus tertentu dalam suatu seksi laporan di luar laporan keuangan itu sendiri. ....”.

Menurut hasil penelitian Claire, sekitar 68% perusahaan di Negara Eropa telah *disclose* informasi berkaitan dengan permasalahan sosial dan lingkungan. Sedangkan Shiraz (1998) menyatakan bahwa penyajian/pelaporan aktivitas sosial dan lingkungan di negara berkembang masih merupakan konsep.

Pengungkapan tanggung jawab sosial dapat dilihat dari berbagai sudut pandang, yaitu di lihat tema yang diungkapkan, tingkat pengungkapan, lokasi atau tempat pengungkapan tersebut dilakukan dalam laporan tahunan maupun dipandang dari tipe pengungkapan.

### 2.3.7 Peran Pemerintah Terhadap CSR

Steurer, (2009) “Memberikan beberapa alasan kenapa pemerintah memiliki kepentingan di dalam CSR. Pertama hal tersebut sejalan dengan konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Motivasi pertama ini berkaitan dengan politik luar negeri seperti program pengembangan sumber daya manusia (*human development program*). Alasan kedua adalah, kebijakan CSR dianggap sebagai pelengkap yang menarik dalam peraturan yang lain misal di Indonesia dalam undang-undang Perseroan Terbatas, dalam hal ini pemerintah dapat menunjukkan kepeduliannya pada isu sosial dan lingkungan meskipun peraturan tentang tanggung jawab sosial perusahaan ini hanya mendapatkan porsi yang sangat sedikit didalam undang-undang tersebut. Ketiga adalah, pelaksanaan CSR masih sebatas pada asas sukarela (*voluntary basis*) sehingga pemerintah perlu memberikan penekanan agar pelaksanaan CSR lebih mendapat fokus perhatian dari perusahaan. Alasan keempat adalah, banyak pendekatan dalam pelaksanaan CSR menggunakan konsep *partnership program* (program kemitraan) sehingga akan membuka potensi keterlibatan masyarakat secara luas dalam pembangunan berkelanjutan. Hal ini sangat berkaitan dengan pengelolaan hubungan dan peran dengan pemangku kepentingan secara luas misalnya bisnis, pemerintah dan masyarakat sipil. Menurut Fox et al. (2002) “Bank Dunia telah memberikan kategori peran pemerintah dalam mensupport CSR ke dalam lima kategori”.

Fox et al (2002), “Mendeskripsikan peran sektor publik yang dapat di adopsi oleh pemerintah dalam isu CSR yaitu *mandatory* (peran legislasi), *facilitating* (missal; petunjuk dalam hal konten pelaporan CSR), *Partnering* (proses penguatan dengan *multi-stakeholder*), dan *endorsing* (Publikasi dan pemberian penghargaan). O’Rourke (2004), “Memberikan penjelasan lebih detail tentang kategori peran pemerintah diatas. Pertama, peran mandating adalah ketika pemerintah secara legal memeberikan mandat melalui undang-undang atau peraturan pemerintah. Sehingga pemerintah dapat melakukan pengawasan dari segi pelaporan CSR baik evaluasi laporan maupun melakukan cross check terhadap isi laporan. Kedua adalah *facilitating* ketika pemerintah memberikan suatu rujukan atau *guidelines* dalam

pelaksanaan maupun pelaporan CSR dan penyebarluasan informasi CSR. Ketiga adalah partnering yang mana pemerintah terlibat dalam proses promosi inisiatif kerjasama multi-stakeholder atau kerjasama dengan masing-masing perusahaan. Dengan kata lain pemerintah dapat menjadi fasilitator dialog antar pemangku kepentingan. Keempat adalah peran endorsing dalam hal pelaporan program CSR melalui usaha yang positif dalam kerangka transparansi sebagai contoh adalah pemberian penghargaan CSR. Pemerintah Indonesia melalui undang-undang Perseroan Terbatas UU No 40 Tahun 2007 menginsyaratkan bahwa secara eksplisit peran yang dilakukan pemerintah adalah pada peran ‘mandating’. Peran mandating yang dilakukan pemerintah juga tercermin pada peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor Per 05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil Menengah (UKM) dan Program Bina Lingkungan (BL). Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil yang disebut Program Kemitraan, adalah program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri. Sedangkan Program Bina Lingkungan yang disebut Program BL adalah program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN. Keduanya dilaksanakan melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN yang secara perturan menyebutkan bahwa jumlah penyisihan laba untuk pendanaan program maksimal sebesar 2% (dua persen) dari laba bersih untuk Program Kemitraan dan maksimal 2% (dua persen) dari laba bersih untuk Program Bina Lingkungan. Ruang lingkup bantuan Program BL BUMN meliputi bantuan korban bencana alam, bantuan pendidikan dan/atau pelatihan, bantuan peningkatan kesehatan, bantuan pengembangan prasarana dan/atau sarana umum, bantuan sarana ibadah dan bantuan pelestarian alam. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa peran yang dilakukan pemerintah Indonesia belum maksimal dilakukan. Dalam hal legislasi, pemerintah masih sebatas memberikan porsi yang cukup sedikit perhatiannya untuk isu CSR seperti dapat kita lihat di ayat 74 undang-undang No 40 Tahun 2007”.

#### **2.4 Pengertian Pajak**

Pembangunan nasional adalah kegiatan yang berlangsung secara terus menerus dan berkesinambungan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat baik secara material maupun spiritual. Untuk merealisasikan tujuan tersebut perlu banyak memperhatikan masalah pembiayaan pembangunan. Salah satu usaha untuk mewujudkan kemandirian suatu bangsa atau negara dalam pembiayaan pembangunan. Yaitu menggali sumber daya yang berasal dari dalam negeri berupa pajak. Pajak digunakan untuk membiayai pembangunan yang berguna bagi kepentingan bersama.

Beberapa definisi tentang pajak yang dikemukakan para ahli dibidang perpajakan untuk menjadi bahan perbandingan antara lain:

Pengertian pajak menurut Prof. Dr. P.J.A. Andriani dalam Waluyo (2011, 1):

“Pajak adalah iuran kepada negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan, dengan tidak mendapat prestasi-kembali, yang langsung dapat ditunjuk, dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berhubung dengan tugas negara yang menyelenggarakan pemerintahan”.

Pengertian pajak menurut Edwin R.A Seligman dalam Waluyo (2011, 1) menyatakan bahwa *“Tax is compulsory contribution from the person, to the goverment to depray the expense incurred in the common interest of all, without reference to special benefit conferred”*.

Dari definisi diatas terlihat adanya kontribusi seseorang yang ditujukan kepada negara tanpa adanya manfaat yang ditunjukkan secara khusus pada seseorang.

Pengertian pajak menurut Dr. Soeparman Soemahamidjaja dalam Waluyo (2011, 1):

“Pajak adalah iuran wajib berupa uang atau barang yang dipungut oleh pengusaha berdasarkan norma-norma hukum, guna menutup biaya produksi barang-barang dan jasa-jasa kolektif dalam mencapai kesejahteraan umum”.

Pajak menurut Dr. Rochmat Soemitro, S.H dalam Waluyo (2011, 2):

“Pajak adalah iuran rakyat kepada kas Negara berdasarkan undang-undang (yang dipaksakan) dengan tidak mendapatkan jasa timbal balik (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan, dan yang digunakan untuk mebayar pengeluaran umum” .

Definisi Pajak menurut Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 tentang perubahan keempat atas Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 tentang perubahan keempat atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan pada Pasal 1 ayat 1 berbunyi :

Pajak adalah kontribusi wajib kepada Negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa pajak memegang peranan penting untuk mengisi kas negara yang akan digunakan untuk membayar pengeluaran umum. Itu sebabnya pemerintah selalu berusaha untuk mengoptimalkan penerimaan yang berasal dari pajak. Akan tetapi bagi Wajib Pajak, pajak merupakan beban bagi mereka sehingga Wajib Pajak akan berusaha meminimalkan pajaknya.

Berdasarkan definisi pajak diatas, maka dapat disimpulkan bahwasanya ciri-ciri pajak itu meliputi : dipungut berdasarkan undang-undang/aturan hukum, merupakan

peralihan kekayaan orang/badan ke kas negara, tidak ada imbalan langsung yang dapat ditunjukkan dalam pembayaran pajak secara individual, dapat dipaksakan, pembayaran berulang-ulang atau sekaligus untuk membiayai pengeluaran pemerintah, alat untuk mencapai tujuan tertentu, serta pemungutan dapat langsung maupun tidak langsung. Manfaat yang diterima karena pembayara pajak diantaranya adalah berupa sarana dan prasarana jalan, pendidikan, kesehatan, keamanan dan sebagainya.

Menurut golongannya pajak terdiri dari :

1. Pajak langsung, yaitu pajak yang harus dipikul sendiri oleh wajib pajak dan tidak dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain.  
Contoh : Pajak Penghasilan (PPh)
2. Pajak tidak langsung, yaitu pajak yang pada akhirnya dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain.  
Contoh : Pajak Pertambahan Nilai (PPN)

Menurut sifatnya pajak terdiri dari:

1. Pajak subjektif, yaitu pajak yang berpangkal atau berdasarkan pada subjeknya, dalam arti memperhatikan keadaan diri Wajib Pajak.  
Contoh : Pajak Penghasilan (PPh)
2. Pajak objektif, yaitu pajak yang berpangkal pada objeknya, tanpa memperhatikan keadaan diri wajib pajak.  
Contoh : Pajak Pertambahan Nilai dan Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM)

Asas pemungutan pajak, yaitu :

1. Asas domisili (tempat tinggal)  
Negara berhak mengenakan pajak atas seluruh penghasilan wajib pajak yang bertempat tinggal di wilayahnya, baik penghasilan yang berasal dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Asas ini berlaku untuk wajib pajak dalam negeri.
2. Asas sumber  
Negara berhak mengenakan pajak atas penghasilan yang bersumber di wilayahnya tanpa memperhatikan tempat tinggal wajib pajak.
3. Asas kebangsaan  
Penaan pajak dihubungkan dengan kebangsaan suatu negara.

Sistem pemungutan pajak, yaitu :

1. *Official Assesment System*, yaitu suatu sistem pemungutan yang memberi wewenang kepada pemerintah (fiskus) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang. Dalam sistem ini wajib pajak bersifat pasif, utang pajak timbul setelah dikeluarkan surat ketetapan pajak (SKP) oleh fiskus.
2. *Self Assesment System*, yaitu suatu sistem penanaan pajak yang memberi wewenang kepada wajib pajak untuk menentukan sendiri besarnya pajak yang terutang. Dalam hal ini, wajib pajak bersifat aktif, mulai dari menghitung,

menyetor dan melaporkan sendiri pajak yang terutang. Sedangkan pemerintah bersifat pasif dan hanya mengawasi.

3. *With Holding System*, yaitu suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pihak ketiga untuk menentukan besarnya jumlah pajak yang terutang.

#### 2.4.1 Agresivitas Pajak

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, 87).

Hlaing (2012) dalam Jessica dan Toly (2014, 5) “Mendefinisikan agresivitas pajak sebagai kegiatan perencanaan pajak semua perusahaan yang terlibat dalam usaha mengurangi tingkat pajak yang efektif”.

Menurut Frank et al (2009) dalam Suyanto dan Supramono (2012, 167) “Agresivitas pajak perusahaan adalah suatu tindakan merekayasa pendapatan kena pajak yang dilakukan perusahaan baik dengan cara yang legal (*Tax Avoidance*) maupun dengan cara ilegal (*Tax Evasion*)”.

Sedangkan menurut Yoehana (2013, 5) “Agresivitas pajak merupakan keinginan perusahaan untuk meminimalkan beban pajak melalui aktivitas *tax planning* dengan tujuan untuk memaksimalkan nilai perusahaan”.

Perencanaan pajak menurut Suandy (2014, 21) adalah sebagai berikut:

1. Penghindaran Pajak (*Tax Avoidance*), merupakan suatu usaha pengurangan secara legal yang dilakukan dengan cara memanfaatkan ketentuan-ketentuan di bidang perpajakan secara optimal seperti, pengecualian dan pemotongan-pemotongan yang diperkenankan maupun manfaat hal-hal yang belum diatur dan kelemahan-kelemahan yang ada dalam peraturan perpajakan yang berlaku.
2. Penggelapan Pajak (*Tax Evasion*), merupakan pengurangan pajak yang dilakukan dengan melanggar peraturan perpajakan seperti memberi data-data palsu atau menyembunyikan data. Dengan demikian, penggelapan pajak dapat dikenakan sanksi pidana.

Zuber (2013) dalam Jessica dan Toly (2014, 2) menyatakan di antara penghindaran dan penggelapan pajak, terdapat *grey area* yang potensial untuk agresivitas. *Grey area* ini ada karena ada *tax shelter* (usaha untuk meminimalkan pajak yang harus dibayar atas penghasilan saat ini) diluar semua transaksi pajak baik yang diijinkan menurut hukum perpajakan maupun tidak. Tidak ada garis yang jelas di antara penghindaran dan penggelapan pajak karena tidak ada penjelasan yang cukup untuk semua transaksi. Disamping itu, transaksi agresif dan pembuatan keputusan dapat berpotensi sebagai penghindaran pajak maupun penggelapan pajak.

Keadaan-keadaan tersebut menyebabkan munculnya perbedaan persepsi antara satu pihak dengan pihak lain. Kondisi ini menjadi peluang wajib pajak untuk melakukan penghindaran pajak dengan menggunakan kelemahan hukum sebagai argumen pembenaran atas penggelapan pajak (Hadi dan Mangoting 2014:3).

Menurut Hidayanti (2013: 14) terdapat keuntungan dan kerugian dari tindakan agresivitas pajak. Keuntungan dari melakukan agresivitas pajak, yaitu :

1. Penghematan pajak yang akan dibayarkan perusahaan kepada negara, sehingga jumlah kas yang dinikmati pemilik atau pemegang saham dalam perusahaan menjadi lebih besar.
2. Secara langsung maupun tidak langsung manajer mendapatkan kompensasi atau bonus dari pemilik/pemegang saham atas tindakan agresivitas pajak yang dilakukan.

Sedangkan kerugian dari tindakan agresivitas pajak diantaranya adalah:

1. Kemungkinan perusahaan mendapatkan sanksi atau penalti dari fiskus pajak.
2. Rusaknya reputasi perusahaan akibat audit dari fiskus pajak, yang menyebabkan turunnya harga saham perusahaan.

Dari beberapa pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa agresivitas pajak merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk meminimalkan beban pajak yang akan dibayar dengan cara yang legal, ilegal, maupun keduanya.

Salah satu cara untuk mengukur perusahaan yang melakukan agresivitas pajak yaitu dengan menggunakan proksi *Effective Tax Rates (ETR)*. *Effective Tax Rates (ETR)* pada dasarnya adalah sebuah besaran tarif pajak yang ditanggung oleh perusahaan. Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa “ETR merupakan proksi yang paling banyak digunakan pada penelitian terdahulu. Semakin rendah nilai ETR yang dimiliki perusahaan maka semakin tinggi tingkat agresivitas pajak. ETR yang rendah menunjukkan beban pajak penghasilan lebih kecil nominalnya dibandingkan penghasilan sebelum pajak”.

Adapun proksi yang digunakan dalam pengukuran agresivitas pajak ini menggunakan *Effective Tax Rate (ETR)*. Perhitungan ETR membandingkan antara beban pajak penghasilan dengan laba sebelum pajak.

$$ETR = \frac{\text{Beban pajak penghasilan}}{\text{Pendapatan sebelum pajak}}$$

## 2.5 Penelitian Sebelumnya

Pengambilan penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dengan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan. Untuk itu, peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut :

**Tabel 1**  
**Ringkasan Penelitian Sebelumnya**

No	Nama Peneliti dan Tahun penelitian	Judul	Identifikasi Variabel	Hasil
1.	Mareta Yoehana (2013)	<i>Analisis pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak</i>	Variabel Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Dependen: Agresivitas Pajak (ETR)	Bukti empiris menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan, semakin rendah tingkat agresivitas paajak
2.	Roman Lanis dan Grant Richardson (2012)	<i>Corporate Social responsibility and Tax Aggresiveness: An Empirical Analysis</i>	Variabel Independen: CSR Disclosure. Variabel Dependen: Agresivitas Pajak (ETR)	Bukti empiris bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan, maka semakin rendah tingkat Agresivitas Pajak yang dilakukan.
3.	Kholid Hidayat, Arles P. Ompusungu, dan H. Suratno (2016)	Pengaruh <i>Corporate Social responsibility</i> Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Insentif Pajak Sebagai Pemoderasi (Studi Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar Di BEI)	Variabel Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Dependen: Agresivitas Pajak (ETR), Insentif Pajak	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh negatif terhadap keengganan pajak. Semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR perusahaan semakin rendah tingkat agresivitas pajak. Insentif pajak terbuka dan mampu memperkuat hubungan antara CSR dan pajak yang agresif. CSR yang di uji secara simultan dengan variabel kontrol menunjukkan hasil yang serupa ini memiliki pengaruh negatif. Semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR perusahaan semakin rendah tingkat pajak yang dirugikan.
4.	Jessica dan Tolly (2014)	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), Ukuran Perusahaan, Leverage dan <i>Return On Asset</i> (ROA) terhadap Agresivitas Pajak pada 56 Perusaahaan di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2012-2013	Variabel Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), Ukuran Perusahaan, Leverage, Return On Asset (ROA) Variabel Dependen: Agresivitas Pajak	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> , ukuran perusahaan dan <i>return on asset</i> tidak berpengaruh secara signifikan terhadap agresivitas pajak, sedangkan <i>leverage</i> berpengaruh secara signifikan terhadap agresivitas pajak.
5.	Novia Bani Nugraha (2015)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> , <i>Likuiditas</i> , <i>Leverage</i> , Komisaris Independen, dan Manajemen Laba terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan	Variabel Independen: Likuiditas, <i>leverage</i> , komisaris independen dan manajemen laba. Variabel Dependen: Agresivitas Pajak Perusahaan.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR dan <i>leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan. Sedangkan ukuran perusahaan, profitabilitas dan <i>capital intensity</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan.

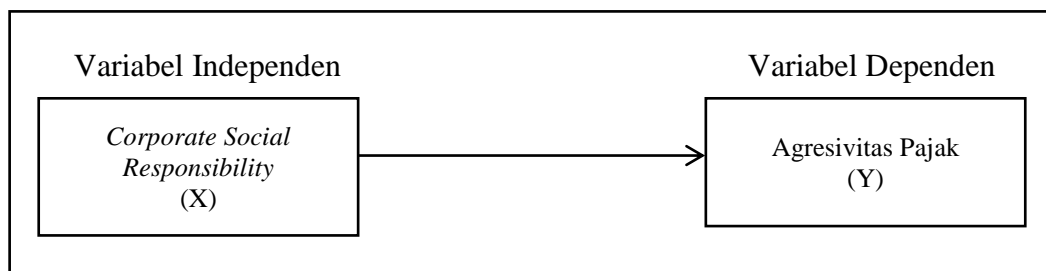
Sumber : Diolah dari berbagai referensi

### 2.5.1 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menguji pengaruh proporsi *Corporate Social Responsibility* terhadap tindakan Agresivitas Pajak Perusahaan.

Menurut Chen *et.al.* (2008) “Agresivitas pajak dapat timbul karena adanya perbedaan kepentingan antara wajib pajak dengan pemerintah. Pemerintah memerlukan dana untuk membiayai penyelenggaraan kegiatan pemerintah yang sebagian besar penghasilannya dari pajak. Sementara perusahaan sebagai wajib pajak menganggap bahwa pajak termasuk digolongkan dalam biaya yang harus dikeluarkan perusahaan. Dan dengan membayar pajak, hal itu berarti mengurangi jumlah laba bersih yang akan diterima perusahaan. Oleh karenanya pemilik perusahaan diduga akan cenderung lebih suka manajemen perusahaan melakukan tindakan pajak agresif. Agresivitas pajak merupakan bukti dari masalah agensi yang terjadi antara manajer sebagai agen dan pemegang saham sebagai prinsipal. Manajer menginginkan kompensasi tinggi dengan memberikan kinerja baik berupa pelaporan beban yang rendah sementara pemegang saham ingin perusahaan tetap memiliki laba tinggi”.

Tindakan agresivitas pajak terjadi bukan hanya karena faktor dari sifat pajak dan hal lain yang bersumber dari pihak regulator yang dalam hal ini adalah Direktorat Jendral Pajak. Tindakan agresivitas pajak juga diduga disebabkan oleh faktor-faktor intern perusahaan. Beberapa faktor intern perusahaan yang dianggap mempengaruhi tindakan agresivitas pajak seperti kondisi keuangan perusahaan. Kondisi keuangan yang merujuk kepada kemampuan keuangan perusahaan yang dianggap berpengaruh dalam penelitian ini *Corporate Social Responsibility*.



Gambar 1  
Kerangka Pemikiran

### 2.5.2 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang perlu diuji kebenarannya. Hipotesis merupakan suatu awal dari persepsi penulisan terhadap identifikasi masalah penelitian. Berdasarkan uraian yang dijelaskan sebelumnya, maka penulis dapat menetapkan hipotesis sebagai berikut.

H1 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Agresivitas Pajak secara parsial.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian verifikatif mengenai pengaruh CSR terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sub sektor farmasi yang terdaftar di BEI. Penelitian verifikatif dengan metode *explanatory survey* adalah metode yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang umumnya merupakan penelitian yang menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antar variabel.

#### 3.6 Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah CSR dan agresivitas pajak, dimana yang menjadi variable (independen) adalah CSR sedangkan agresivitas pajak menjadi variable yang dipengaruhi (dependen).

Unit analisis yang digunakan dalam penelitian adalah *organ itation*, yang dimaksud dalam organisasi pada penelitian ini adalah suatu organisasi, sehingga data yang diteliti adalah mengenai atau berasal dari (respon) suatu organisasi.

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di perusahaan sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). dengan mengambil data laporan tahunan sumber data diperoleh dari website resmi BEI [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

#### 3.7 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data kuantitatif, yaitu jenis data mengenai jumlah, tingkatan, perbandingan, volume yang berupa angka-angka.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah data sekunder. Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data. Jadi penulis untuk mendapatkan data dan informasi melalui BEI dan situs resmi perusahaan.

#### 3.8 Operasionalisasi Variable

Tabel 2  
Operasionalisasi Variable  
Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Agresivitas Pajak yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSRI)	CSRDI	$\frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan}}{\text{Jumlah item perusahaan}}$	Rasio
<u>Agresivitas Pajak</u>	ETR	$\frac{\text{Beban pajak penghasilan}}{\text{Pendapatan sebelum pajak}}$	Rasio

### 3.9 Metode Penarikan Sampel

Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sub sektor farmasi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013-2016. Alasan pemilihan perusahaan sub sektor farmasi adalah jenis perusahaan tersebut melakukan aktivitasnya berhubungan dengan masyarakat luas dan lingkungan. Maka sewajarnya perusahaan sub sektor farmasi akan mengungkapkan laporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada laporan tahunannya Perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan yang dipilih berdasarkan metode *purpose sampling*, yaitu pemilihan sampel sesuai dengan kriteria tertentu.

Sampel yang dipilih dalam penelitian ini adalah perusahaan sub sektor farmasi di BEI dengan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2013-2016.
2. Perusahaan sub sektor farmasi yang tidak mengalami kerugian selama periode 2013-2016.
3. Perusahaan sub sektor farmasi yang mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* pada *annual report* selama periode 2013-2016.

Berikut adalah daftar perusahaan yang akan dijadikan sampel penelitian

Tabel 3  
Daftar Perusahaan Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di BEI  
Periode 2013-2016

No.	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	DVLA	PT. Darya Varia Laboratoria Tbk
2	INAF	PT. Indofarma (Persero) Tbk
3	KAEF	PT Kimia Farma Persero Tbk
4	KLBF	PT. Kalbe Farma Tbk
5	PYFA	PT. Pyridam Farma Tbk
6	SIDO	PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk
7	TSPC	PT. Tempo Scan Pasific Tbk.

### 3.10 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dengan cara mengakses dan mengunduh laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan sub sektor farmasi yang telah dipublikasikan selama periode penelitian tahun 2013-2016. Data diperoleh dari *homepage* Bursa Efek Indonesia yaitu <http://www.idx.co.id>. Data tersebut dimaksud agar dapat mendukung informasi menjadi lebih akurat dan lengkap.

### 3.11 Metode Pengolahan/Analisis Data

Metode analisis yang digunakan adalah stasistik deskriptif yaitu suatu analisis dengan cara pengumpulan, penyusunan dan penyajian data penelitian bertujuan untuk melihat gambaran secara umum dari data yang didapatkan dengan

menggunakan *Eviews 7*. Statistik deskriptif menunjukkan ukuran statistik seperti nilai minimum, nilai maksimum, *mean* (rata-rata), *standard deviation* (simpangan baku), dan ukuran sampel dari setiap variabel yang digunakan dalam penelitian.

### 3.7.1 Pengujian Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Agresivitas Pajak

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi *Corporate Social Responsibility*

X = *Corporate Social Responsibility*

### 3.7.2 Analisis *Corporate Social Responsibility*

Pengukuran *corporate social responsibility* (CSR) diukur dengan proksi CSRDI (*Corporate Social Responsibility Disclosure Index*) berdasarkan indikator GRI (*Global Reporting Initiatives*) dalam penelitian ini akan dinilai dengan membandingkan jumlah item yang diungkapkan dengan jumlah item yang disyaratkan GRI meliputi 91 item pengungkapan. Dalam GRI versi G4 *guidelines*, indikator CSR dikelompokkan ke dalam enam kategori, yaitu:

7. Indikator Kinerja Ekonomi (*Economic Performance Indicator*)
8. Indikator Kinerja Lingkungan (*Environmental Performance Indicator*)
9. Indikator Kinerja Tenaga Kerja (*Labor Practices Performances Indicator*)
10. Indikator Hak Asasi Manusia (*Human Rights Performances Indicator*)
11. Indikator Masyarakat (*Society Indicator*)
12. Indikator Kinerja Produk (*Product Responsibility Performance Indicator*)

$$CSRDI = \frac{V}{M}$$

Keterangan:

CSRDI = Indeks pengungkapan sosial perusahaan

V = Jumlah item yang diungkapkan

M = Jumlah item untuk perusahaan (91 item)

### 3.7.3 Analisis Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk meminimalkan beban pajak yang akan dibayar dengan cara yang legal, ilegal, maupun keduanya. Agresivitas pajak dalam penelitian ini diproksikan dengan Effective Tax Rates (ETR).

*Effective Tax Rates* (ETR) menggambarkan presentase total beban pajak penghasilan yang dibayarkan perusahaan dari seluruh total pendapatan sebelum pajak. Selain itu, ETR merupakan proksi yang paling banyak digunakan dalam penelitian terdahulu dan untuk mengetahui adanya agresivitas pajak dapat dilihat dari nilai ETR yang rendah.

Rumus yang digunakan untuk menghitung ETR adalah sebagai berikut:

$$\text{ETR} = \frac{\text{Beban pajak penghasilan}}{\text{Pendapatan sebelum pajak}}$$

## BAB IV HASIL PENELITIAN

### 4.1 Hasil Pengumpulan Data

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen pada perusahaan sektor industri barang konsumsi sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013 hingga 2016. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini terdapat 1 variabel diantaranya adalah (1) variabel *Corporate Social Responsibility* yang diukur dengan pengungkapan perusahaan (CSRDI), sedangkan untuk variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Agresivitas Pajak yang diukur dengan *Effective Tax Rate* (ETR).

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan uji hipotesis secara statistik perusahaan yang digunakan sebagai objek penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan sampel yang diambil sebagai bahan penelitian adalah perusahaan sektor industri barang konsumsi sub sektor farmasi periode 2013 hingga 2016. Dengan demikian seluruh data yang dapat digunakan bersumber dari website BEI yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Data tersebut berisikan atas laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang dimana laporan keuangan tersebut sudah diaudit oleh auditor independen. Pada penelitian ini juga melakukan pengujian dengan uji hipotesis untuk membuktikan pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Adapun beberapa saran dari penelitian terdahulu bahwa untuk penelitian berikutnya harus menggunakan sampel penelitian yang lebih banyak agar dapat mengetahui kondisi yang sebenarnya serta menggunakan pedoman standar yang berlaku.

Teknik pemilihan sampel yang diterapkan adalah *purposive sampling* karena dalam pengumpulan sampel ini dipilih berdasarkan kriteria-kriteria yang sesuai dengan penelitian. Total populasi dalam perusahaan industri barang konsumsi sub sektor farmasi ada 10 perusahaan. Akan tetapi tidak semua perusahaan dapat dijadikan objek dalam penelitian. Ada beberapa kriteria dalam pemilihan perusahaan yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini yang dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4  
Kriteria Pemilihan Sampel

Kriteria	Pelanggaran kriteria	Jumlah Perusahaan
Perusahaan sub sektor farmasi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia		10
Perusahaan yang data <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) tidak lengkap selama tahun 2013-2016	3	7
Total sampel sebanyak 7 perusahaan sub sektor farmasi		7

Sumber: Hasil Perumusan Sendiri.

Berdasarkan Tabel perusahaan sektor industri barang konsumsi sub sektor farmasi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013 hingga 2016 berjumlah 10 perusahaan. Dari 10 perusahaan tersebut tidak mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara lengkap pada periode 2013 hingga 2016 berjumlah 3 perusahaan, sehingga perusahaan yang terpilih sebagai sampel sebanyak 7 perusahaan. Perusahaan dan tahun penelitian yang diteliti adalah 4 tahun dari 2013 hingga tahun 2016. Dengan demikian, jumlah yang diteliti adalah

Tabel 5  
Daftar Kode dan Nama Perusahaan

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	DVLA	PT. Darya Varia Laboratoria Tbk
2	INAF	PT. Indofarma (Persero) Tbk
3	KAEF	PT. Kimia Farma Persero Tbk
4	KLBF	PT. Kalbe Farma Tbk
5	PYFA	PT. Pyridam Farma Tbk
6	SIDO	PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk
7	TSPC	PT. Tempo Scan Pasific Tbk

#### 4.1.1 Sejarah Perusahaan

##### 1. PT. Darya Varia Laboratoria Tbk

Darya Varia Laboratoria Tbk (DVLA) didirikan tanggal 30 April 1976 dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1976. Kantor pusat DVLA beralamat di South Quarter, Tower C, Lantai 18-19, Jl. R.A Kartini Kav. 8, Jakarta 12430 – Indonesia dan pabrik ada di Bogor. Induk usaha Darya Varia Laboratoria Tbk adalah Blue Sphere Singapore Pte Ltd (menguasai 92,13% saham DVLA), merupakan afiliasi dari United Laboratories Inc, perusahaan farmasi di Filipina.

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan DVLA adalah bergerak dalam bidang manufaktur, perdagangan, jasa dan distribusi produk-produk farmasi, dan perawatan kesehatan. Kegiatan utama DVLA adalah menjalankan manufaktur, perdagangan dan jasa atas produk-produk farmasi. Merek-merek yang dimiliki oleh Darya Varia, antara lain: Nature-E, Enervon-C, Decolgen, Neozep, Cetapain, Paracetamol Infuse, dan Prodiva. Pada tanggal 12 Oktober 1994, DVLA memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham DVLA (IPO) kepada masyarakat sebanyak 10.000.000 dengan nilai nominal Rp 1.000,- per saham dengan harga penawaran Rp6.200,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 11 November 1994.

##### 2. PT. Indofarma (Persero) Tbk

Indonesia Farma (Persero) Tbk disingkat Indofarma (Persero) Tbk (INAF) didirikan tanggal 02 Januari 1996 dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1983. Kantor pusat dan pabrik INAF terletak di jalan Indofarma No.1, Cibitung, Bekasi 17530 – Indonesia. Pada awalnya, INAF merupakan

sebuah pabrik obat yang didirikan pada tahun 1918 dengan nama pabrik Obat Manggarai. Pada tahun 1950, Pabrik Obat Manggarai diambil alih oleh Pemerintah Indonesia dan dikelola oleh Departemen Kesehatan. Pada tahun 1979, nama pabrik obat ini diubah menjadi Pusat Produksi Farmasi Departemen Kesehatan. Kemudian, berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia (PP) No.20 tahun 1981, Pemerintah menetapkan Pusat Produksi Farmasi Departemen Kesehatan menjadi Perseroan Umum Indonesia Farma (Perum Indofarma). Selanjutnya pada tahun 1996, status badan hukum Perum Indofarma diubah menjadi Perusahaan (Persero). Pemegang saham pengendali Indofarma (Persero) Tbk adalah Pemerintah Republik Indonesia, dengan memiliki saham 1 Saham Preferen (Saham Seri A Dwiwarna) dan 80,66% di saham seri B. Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan INAF adalah melaksanakan dan menunjang kebijakan serta program Pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional pada umumnya, khususnya di bidang farmasi, diagnostik, alat kesehatan, serta industri produk makanan. Saat ini, Indofarma telah memproduksi sebanyak hampir 200 jenis obat yang terdiri dari beberapa kategori produk, yaitu Obat Generik Berlogo (OGB), Over The Counter (OTC), obat generik bermerek, dan lain-lain. Pada tanggal 30 Maret 2011, INAF memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham INAF (IPO) kepada masyarakat sebanyak 598.875.000 Saham Seri B dengan nilai nominal Rp 100,- per saham dengan harga penawaran Rp 250,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 17 April 2011. INAF telah melaksanakan Kuasi-reorganisasi pada tanggal 30 September 2011 sesuai dengan peraturan yang berlaku dan PSAK No. 51 (Revisi 2003) "Akuntansi Kuasi-Reorganisasi" yang menghasilkan penghapusan defisit sebesar Rp 57.661.903.925 dan kenaikan penilaian kembali nilai wajar aset bersih sebesar Rp 260.955.748.932 yang terdiri dari aset tetap sebesar Rp 252.089.087.407 dan aset tidak lancar yang akan ditinggalkan sebesar Rp 8.866.661.523. Pemegang Saham Seri A mempunyai hak istimewa tertentu sebagai tambahan atas hak yang diperoleh Pemegang saham Seri B. Hak istimewa tersebut mencakup hak khusus untuk mencalonkan anggota direksi dan komisaris dan memberikan persetujuan atas: peningkatan modal, perubahan anggaran dasar, penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan, pembubaran dan likuidasi, pengangkatan dan pemberhentian komisaris.

### 3. PT. Kimia Farma Persero Tbk

Kimia Farma Persero Tbk (KAEF) didirikan tanggal 16 Agustus 1971. Kantor pusat KAEF beralamat di Jln. Veteran No. 9, Jakarta 10110 dan unit produksi berlokasi di Jakarta, Bandung, Semarang, Watudakon (Mojokerto), dan Tanjung Morowa – Medan. Kimia Farma mulai beroperasi secara komersial sejak tahun 1917 yang pada saat itu bergerak dalam bidang distribusi obat dan bahan baku obat. Pada tahun 1958, pada saat Pemerintah Indonesia menasionalisasikan

semua Perusahaan Belanda, status KAEF tersebut diubah menjadi beberapa Perusahaan Negara (PN). Pada tahun 1969, beberapa Perusahaan Negara (PN) yaitu Perusahaan Negara Farmasi dan Alat Kesehatan Bhineka Kimia Farma disingkat PN Farmasi Kimia Farma. Pada tahun 1971, berdasarkan Peraturan Pemerintah status Perusahaan Negara tersebut diubah menjadi Persero dengan nama PT Kimia Farma (Persero). Pemegang saham pengendali Kimia Farma (Persero) Tbk adalah Pemerintah Republik Indonesia, dengan memiliki 1 Saham Preferen (Saham Seri A Dwiwarna) dan 90,02% di saham Seri B.

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan KAEF adalah menyediakan barang dan/atau jasa yang bermutu tinggi khususnya bidang industri kimia, farmasi, biologi, kesehatan, industri makanan/minuman dan apotik. Saat ini Kimia Farma telah memproduksi sebanyak 361 jenis obat yang terdiri dari beberapa kategori produk, yaitu obat generik, produk kesehatan konsumen (Over The Counter (OTC), obat herbal, dan kosmetik), produk etikal, antitretoviral, narkotika, kontrasepsi, dan bahan baku. Pada tanggal 14 Juni 2001, KAEF memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham KAEF (IPO) kepada masyarakat sebanyak 500.000.000 saham Seri B dengan nilai nominal Rp100.- per saham dengan harga penawaran Rp 200,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 04 Juli 2001. Pemegang Saham Seri A mempunyai hak istimewa tertentu sebagai tambahan atas hak yang diperoleh Pemegang Saham Seri B. Hak istimewa tersebut mencakup hak khusus untuk mencalonkan anggota direksi dan komisaris dan untuk memberikan persetujuan atas: peningkatan modal, perubahan anggaran dasar, penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan, pembubaran dan likuidasi, pengangkatan dan pemberhentian anggota direksi dan komisaris.

#### 4. PT Kalbe Farma Tbk

Kalbe Farma Tbk (KLBF) didirikan tanggal 10 September 1966 dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1966. Kantor pusat Kalbe berdomisili di Gedung KALBE, Jl. Let. Jend. Suprpto Kav. 4, Cempaka Putih, Jakarta 10510, sedangkan fasilitas pabriknya berlokasi di Kawasan Industri Delta Silicon, Jl. M.H Thamrin, Blok A3-1, Lippo Cikarang, Bekasi, Jawa Barat. Pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih Saham Kalbe Farma Tbk, antara lain: PT Gira Sole Prima (10.17%), PT Santa Seha Sanadi (9.71%), PT Diptanala Bahana (9.49%), PT Lucasta Murni Cemerlang (9.47%), PT Ladang Ira Panen (9.21%), dan PT Bina Arta Charisma (8.61%). Semua pemegang saham ini merupakan pemegang saham pengendali dan memiliki alamat yang sama yakni, di Jl. Let. Jend. Suparpto Kav. 4, Jakarta 10510.

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan KLBF meliputi antara lain usaha dalam bidang farmasi, perdagangan dan perwakilan. Saat ini, KLBF terutama bergerak dalam bidang pengembangan, pembuatan dan perdagangan sediaan farmasi, produk obat-obatan, nutrisi, suplemen, makanan



dan minuman kesehatan hingga alat-alat kesehatan termasuk pelayanan kesehatan primer. Produk-produk unggulan yang dimiliki oleh KALBE, diantaranya obat resep (Brainact, Cefspan, Mycoral, Cernevit, Carvit, Neuralgin, Broadaced, Neurotam, Hemapo, dan CPG), produk kesehatan (Promag, Mixagrip, Extra Joss, Komix, Woods, Entrostop, Procold, Fatigon, Hydro Coco, dan Original Love Juice), produk nutrisi mulai dari bayi hingga usia senja, serta konsumen dengan kebutuhan khusus (Morinaga Chil Kid, Morinaga Chil School, Morinaga Chil Mil, Morinaga BMT, Prenagen, Milna, Diabetasol ZEE, Fitbar, Entrasol Nutrive Benacol dan Diva).

5. PT Pyridam Farma Tbk

Pyridam Farma Tbk (PYFA) didirikan dengan nama PT Pyridam pada tanggal 27 November 1977 dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1977. Kantor pusat PYFA terletak di Ruko Villa Kebon Jeruk Blok F3, Jl. Raya Kebon Jeruk, Jakarta 11530 dan pabrik berlokasi di Desa Cibodas, Pacet, Cianjur, Jawa Barat. Pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham Pyridam Farma Tbk, antara lain: PT Pyridam Internasional (53,85%), Sarkri Koasasih, IR (11,54%) dan Rani Tjandra (11,54%).

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan PYFA meliputi industri obat-obatan, plastik, alat-alat kesehatan, dan industri kimia lainnya, serta melakukan perdagangan, termasuk impor, ekspor dan antar pulau, dan bertindak selaku agen, grosir, distributor dan penyalur dari segala macam barang. Kegiatan usaha Pyridam Farma meliputi produksi dan pengembangan obat-obatan (farmasi) serta perdagangan alat kesehatan. Pada tanggal 27 September 2001, PYFA memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham PYFA (IPO) kepada masyarakat sebanyak 120.000.000 dengan nilai nominal Rp 100,- per saham dengan harga penawaran Rp105,- per saham dan disertai Waran Seri 1 sebanyak 60.000.000 Saham dan Waran Seri 1 tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 16 Oktober 2001.

6. PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk

Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk (Sido Muncul) (SIDO) didirikan tanggal 1975. Kantor pusat SIDO beralamat di Gedung Menara Suara Merdeka Lt. 16, Jl. Pandanaran No. 30 Semarang 50134 – Indonesia, dan pabrik berlokasi di Jl. Soekarno Hatta Km 28, Kecamatan Bergas, Klepu, Semarang. Pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk, antara lain: Desy Sulistio Hidayat, dengan kepemilikan sebesar (40,50%), Irwan Hidayat (8,10%), Sofyan Hidayat (8,10%), Johan Hidayat (8,10%), Sandra Linata Hidayat (8,10%), dan David Hidayat (8,10%). Semua pemegang saham ini merupakan pemegang saham pengendali.

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan SIDO antara lain menjalankan usaha dalam bidang industri jamu yang meliputi industri obat-obatan (farmasi), jamu, kosmetika, minuman dan makanan yang berkaitan

dengan kesehatan, perdagangan, pengangkutan darat dan jasa. Kegiatan utama Sido Muncul adalah produksi dan distribusi jamu herbal, minuman energi, minuman dan permen serta minuman kesehatan (dengan merek utama Sidomuncul, Tolak Angin dan Kuku Bima). Pada tanggal 10 Desember 2013, SIDO memperoleh pernyataan efektif dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham SIDO (IPO) kepada masyarakat sebanyak 1.500.000.000 dengan nilai nominal Rp 100,- per saham dengan harga penawaran Rp 580,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 18 Desember 2013.

#### 7. PT Tempo Scan Pasific Tbk

Tempo Scan Pasific Tbk (TPSC) didirikan di Indonesia tanggal 20 Mei 1970 dengan nama PT Scanchemie dan memulai kegiatan komersialnya sejak tahun 1970. Tempo Scan berkantor pusat di Tempo Scan Tower, Lantai 16, Jl. H. R Rasuna Said KAV. 3-4, Jakarta 12950, sedangkan lokasi pabriknya terletak di Cikarang – Jawa Barat. Pemegang saham yang memiliki 5% saham Tempo Scan Pasific Tbk, adalah PT Bogamulia Nagadi (induk usaha) (78,15%). Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan TPSC bergerak dalam bidang usaha farmasi. Saat ini, kegiatan usaha TSPC adalah (obat-obatan), produk konsumen dan komestika dan distribusi. Produk-produk Tempo Scan yang telah dikenal masyarakat, diantaranya produk kesehatan (Bodrex, Hemaviton, NEO rheumacyl, Oskadon, Ipi Vitamin, Brodixin, Contrex, Contrexyn, Vidoran, Zevit dan Neo Hormoviton), obat resep dan rumah sakit (Hospira, SciClone, Alif, Ericaf, Timoc, Triptagic dan Trozyn) serta produk konsumen dan kosmetika (Marina, My Baby, Total Care, S.O.S Antibakterial, Claudia, Dione Kids, Tamara, Natural Honey dan Revlon). Pada tanggal 24 Mei 1994, TSPC memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham TSPC (IPO) kepada masyarakat sebanyak 17.500.000 dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham dengan harga penawaran Rp8.250,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 17 Juni 1994.

## 4.2 Pembahasan

### 4.2.1 *Corporate Social Responsibility*

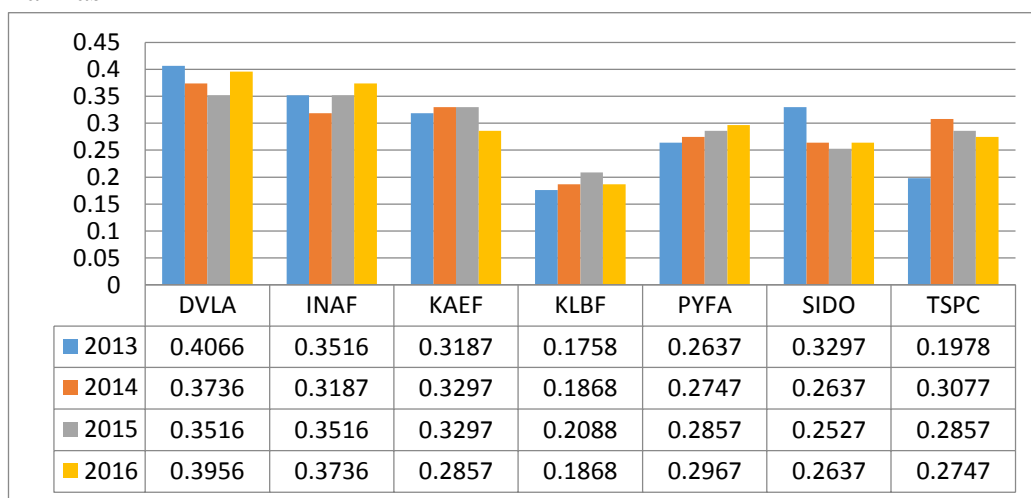
“*Corporate Social Responsibility*” adalah cara perusahaan dalam mengelola aktivitas bisnisnya baik secara sebagian maupun secara keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungan. Berdasarkan data laporan keuangan perusahaan sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013 hingga 2016 berikut ini hasil *Corporate Social Responsibility* dengan menggunakan perhitungan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) yang disajikan dalam tabel dan grafik.

Tabel 6  
Perhitungan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

	Tahun	Ekonomi	Lingkungan	Tenaga Kerja	HAM	Masyarakat	Kinerja Produk	Total	CSRDI (X)
DVLA	2013	8	7	6	6	7	3	37	0,4066
	2014	6	5	4	8	6	5	34	0,3736
	2015	6	4	7	6	5	4	32	0,3516
	2016	7	6	6	8	5	4	36	0,3956
INAF	2013	6	6	7	7	5	1	32	0,3516
	2014	5	6	8	5	3	2	29	0,3187
	2015	6	6	7	7	5	1	32	0,3516
	2016	6	7	8	5	5	3	34	0,3736
KAEF	2013	7	6	5	4	4	3	29	0,3187
	2014	7	4	6	6	5	2	30	0,3297
	2015	5	6	8	3	4	4	30	0,3297
	2016	5	4	6	4	5	2	26	0,2857
KLBF	2013	5	3	3	2	2	1	16	0,1758
	2014	4	3	3	3	3	1	17	0,1868
	2015	5	5	3	3	2	1	19	0,2088
	2016	4	3	3	3	3	1	17	0,1868
PYFA	2013	6	5	4	3	5	1	24	0,2637
	2014	5	4	6	4	5	1	25	0,2747
	2015	5	4	8	4	5	0	26	0,2857
	2016	6	4	8	3	5	1	27	0,2967
SIDO	2013	7	4	6	6	5	2	30	0,3297
	2014	6	5	4	3	5	1	24	0,2637
	2015	6	5	3	3	5	1	23	0,2527
	2016	6	5	4	3	5	1	24	0,2637
TSPC	2013	4	4	3	3	2	2	18	0,1978
	2014	6	4	8	3	5	2	28	0,3077
	2015	5	4	8	4	5	0	26	0,2857
	2016	5	4	6	4	5	1	25	0,2747

(Sumber : Perusahaan Sub Sektor Farmasi [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) diolah oleh penulis, Tahun 2018)

Perkembangan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi



(Sumber : Perusahaan Sub Sektor Farmasi [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) diolah oleh penulis, Tahun 2018)

Gambar 2

Perkembangan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi

Pada gambar 3 dapat dilihat bahwa pada perusahaan sub sektor farmasi periode 2013-2016 memiliki hasil yang berbeda setiap tahunnya. Pada grafik tersebut dapat dilihat bahwa terdapat perusahaan yang memiliki tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* paling tinggi dan paling rendah yaitu pada tahun 2013 dibandingkan dengan tahun-tahun yang lain. Perusahaan yang memiliki tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* paling tinggi yaitu pada perusahaan PT.Darya Varia Laboratoria Tbk atau DVLA yaitu sebesar 0,4066. Sedangkan perusahaan yang memiliki tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* paling rendah yaitu pada perusahaan PT.Kalbe Farma Tbk (KLBF) yaitu sebesar 0,1758. Tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan tersebut setiap tahunnya relatif stabil karena dalam tingkat kenaikan dan penurunannya tidak terjadi secara signifikan.

#### 4.2.2 Agresivitas Pajak (ETR)

Agresivitas pajak yang dimana dalam skripsi ini dihitung menggunakan *Effective Tax Rate* (ETR) adalah upaya manajemen untuk menurunkan jumlah beban pajak dari yang seharusnya dibayarkan oleh perusahaan. Berdasarkan data laporan keuangan perusahaan sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013 hingga 2016 berikut ini hasil Agresivitas Pajak dengan menggunakan perhitungan *Effective Tax Rate* ETR yang disajikan dalam tabel dan grafik.

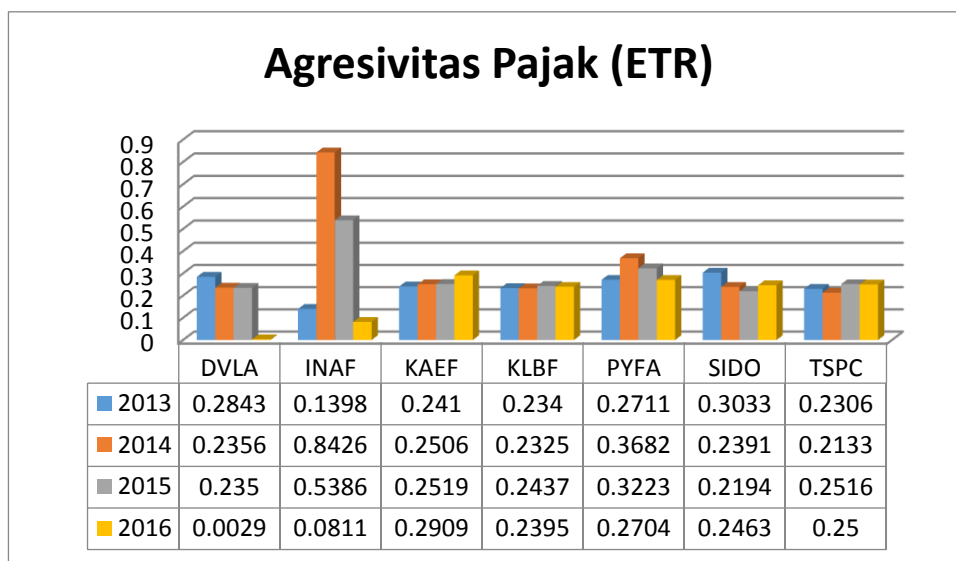
Tabel 7  
Perhitungan *Effective Tax Rate* (ETR)

(dalam jumlah rupiah)

Kode Perusahaan	Tahun	Beban Pajak Penghasilan	Pendapatan Sebelum Pajak	ETR
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)=(3/4)
DVLA	2013	49.960.304	175.756.777	0,2843
	2014	24.936.967	105.866.443	0,2356
	2015	36.543.278	144.437.708	0,2530
	2016	6.233.056	2.144.175.056	0,0029
INAF	2013	8.810.151.948	63.032.747.250	0,1398
	2014	6.236.811.336	7.401.635.942	0,8426
	2015	7.609.430.318	14.175.137.737	0,5368
	2016	1.533.938.401	18.921.337.613	0,0811
KAEF	2013	68.483.103.322	284.125.432.299	0,2410
	2014	79.079.988.771	315.611.059.635	0,2506
	2015	85.162.555.115	338.135.061.189	0,2519
	2016	111.427.977.007	383.025.924.670	0,2909
KLBF	2013	602.070.267.545	2.572.522.717.231	0,2340
	2014	642.609.966.418	2.763.700.548.048	0,2325
	2015	663.186.962.586	2.720.881.244.459	0,2437
	2016	740.303.526.679	3.091.188.460.230	0,2395
PYFA	2013	2.304.128.607	8.499.928.945	0,2711
	2014	1.549.047.114	4.206.712.519	0,3682
	2015	1.467.826.630	4.554.931.095	0,3223
	2016	1.907.090.128	7.053.407.169	0,2704
SIDO	2013	176.715	582.658	0,3033

Kode Perusahaan	Tahun	Beban Pajak Penghasilan	Pendapatan Sebelum Pajak	ETR
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)=(3/4)
	2014	130.458	545.651	0,2391
	2015	122.924	560.399	0,2194
	2016	86.641	351.790	0,2463
TSPC	2013	191.400.294.291	829.935.403.086	0,2306
	2014	158.439.557.374	742.732.619.498	0,2133
	2015	177.892.281.060	707.110.932.867	0,2516
	2016	179.739.550.092	718.958.200.369	0,2500

(Sumber : [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) diolah oleh penulis, Tahun 2017)



(Sumber : Perusahaan Sub Sektor Farmasi [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) diolah oleh penulis, Tahun 2017)

Gambar 3

#### Perkembangan ETR pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi

Pada gambar 4 dapat dilihat bahwa pada perusahaan sub sektor farmasi periode 2013-2016 memiliki hasil yang berbeda setiap tahunnya. Pada grafik tersebut dapat dilihat bahwa terdapat perusahaan yang memiliki kenaikan yang signifikan yaitu pada perusahaan PT Indofarma Persero Tbk atau INAF yaitu sebesar 0,1398 pada tahun 2013 menjadi 0,8426 atau mengalami kenaikan sebesar 0,7028 pada tahun 2014 dan mengalami penurunan sebesar 0,3058 atau menjadi 0,5368 pada tahun 2015, pada tahun 2016 mengalami penurunan yang signifikan kembali sebesar 0,4557 atau menjadi 0,0811. Kenaikan dan penurunan pada perusahaan PT Indofarma Persero Tbk atau INAF merupakan kenaikan dan penurunan tertinggi di bandingkan dengan perusahaan lain pada perusahaan sub sektor farmasi.

#### 4.2.3 Analisis Statistik Deskriptif

Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh hasil analisa deskriptif dari dua variabel penelitian.

Tabel 8  
Hasil Analisa Statistik Deskriptif

	CSR	ETR
Mean	0,005684	0,005303
Median	0,002967	0,002500
Maximum	<b>0,082414</b>	<b>0,076900</b>
Minimum	0,001758	0,000800
Std. Dev.	0,014771	0,013832
Skewness	5,087740	5,031130
Kurtosis	26,93907	26,55142
Jarque-Bera	817,5819	792,5681
Probability	0,000000	0,000000
Sum	0,164828	0,153800
Sum Sq. Dev.	0,006109	0,005357
Observations	29	29

(Sumber : [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) diolah oleh penulis, Tahun 2018)

Berdasarkan perhitungan yang telah tertulis pada tabel 6 maka dapat diketahui bahwa :

1. Agresivitas Pajak (ETR) sebagai variabel dependen dalam penelitian ini menunjukkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,0053 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,0138. Berdasarkan tabel 7, ETR terbesar dimiliki oleh PT Indofarma (Persero) Tbk pada tahun 2014 yaitu sebesar 0,8426 sedangkan ETR terkecil dimiliki oleh PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk pada tahun 2013 yaitu sebesar 0,3033. Standar deviasi pada variabel ini lebih besar dibandingkan dengan nilai mean, artinya data didalam variabel ini tidak terdistribusi dengan baik namun tidak menjadi masalah dalam statistik.
2. *Corporate Social Responsibility (CSRDI)* sebagai variabel independen dalam penelitian ini menunjukkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,0056 dengan nilai standar deviasi sebesar 1,0147. Berdasarkan tabel 6, CSR terbesar dimiliki oleh PT Darya Varia Laboratoria Tbk pada tahun 2016 yaitu sebesar 0,3956, sedangkan CSR terkecil dimiliki oleh PT Kalbe Farma Tbk pada tahun 2013 yaitu sebesar 0,1758. Standar deviasi ini lebih besar dibanding dengan nilai mean, artinya data didalam variabel ini tidak didistribusikan dengan baik namun tidak menjadi masalah dalam statistik.

#### 4.2.4 Analisis Data

Model pada penelitian yang akan dilakukan ini menggunakan regresi sederhana dengan menggunakan alat bantu olah data E-Views versi 7. Analisa regresi merupakan suatu teknik yang digunakan untuk membangun suatu persamaan yang menghubungkan antara suatu variabel tidak bebas (Y) dengan variabel bebas (X) dan sekaligus untuk menentukan nilai ramalan atau dugaannya (Pasaribu, 2011,118).

Pada analisis ini akan dijelaskan melalui uji hipotesis menggunakan analisis regresi sederhana untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* yang

diprosikan dengan CSRDI terhadap agresivitas pajak yang diprosikan dengan ETR. Berikut ini adalah data *Corporate Social Responsibility* yang diprosikan dengan CSRDI dan agresivitas pajak yang diprosikan dengan ETR.

Tabel 9  
Data Penelitian Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dengan Agresivitas Pajak

Kode Perusahaan	Tahun	CSRDI (X)	ETR (Y)
DVLA	2013	0,4066	0,2843
DVLA	014	0,3736	0,2356
DVLA	2015	0,3516	0,2530
DVLA	2016	0,3956	0,0029
INAF	2013	0,3516	0,1398
INAF	2014	0,3187	0,8426
INAF	2015	0,3516	0,5368
INAF	2016	0,3736	0,0811
KAEF	2013	0,3187	0,2410
KAEF	2014	0,3297	0,2506
KAEF	2015	0,3297	0,2519
KAEF	2016	0,2857	0,2909
KLBF	2013	0,1758	0,2340
KLBF	2014	0,1868	0,2325
KLBF	2015	0,2088	0,2437
KLBF	2016	0,1868	0,2395
PYFA	2013	0,2637	0,2711
PYFA	2014	0,2747	0,3682
PYFA	2015	0,2857	0,3223
PYFA	2016	0,2967	0,2704
SIDO	2013	0,3297	0,3033
SIDO	2014	0,2637	0,2391
SIDO	2015	0,2527	0,2194
SIDO	2016	0,2637	0,2463
TSPC	2013	0,1978	0,2306
TSPC	2014	0,3077	0,2133
TSPC	2015	0,2857	0,2516
TSPC	2016	0,2747	0,2500

(Sumber:Perusahaan Sub Sektor Farmasi [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) diolah oleh penulis, Tahun 2018)

Selanjutnya data *Corporate Social Responsibility* yang diprosikan dengan *Corporate Social Responsibility Disclouser Index (CSRDI)*, Agresivitas Pajak yang di prosikan dengan *Effective Tax Rate (ETR)* dianalisis melalui uji hipotesis dengan menggunakan E-views 7 sebagai berikut :

Metode penelitian ini menggunakan metode analisis regresi sederhana. Terdiri atas 7 perusahaan dengan waktu penelitian selama 4 tahun, data yang digunakan merupakan data tahunan. Sehingga terdapat 28 observasi.

Model yang digunakan dalam penelitian sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Analisis hasil dari model regresi penelitian menggunakan data yang dirangkum dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 10  
Hasil Regresi Model Penelitian

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
CSR	0,931829	0,01795	51,90439	0
C	7,19E-06	0,00028	0,025682	0,9797
R-squared	0.590749	Mean dependent var		0,005303
Adjusted R-squared	0.534943	S.D. dependent var		0,013832
S.E. of regression	0.001403	Akaike info criterion		-10,2337
Sum squared resid	5.32E-05	Schwarz criterion		-10,1394
Log likelihood	150.3886	Hannan-Quinn criter.		-10,20416
F-statistic	2694.066	Durbin-Watson stat		2,31385
Prob(F-statistic)	0			

(Sumber : Data diolah penulis menggunakan Eviews 7, Tahun 2018)

Berdasarkan hasil regresi model penelitian diatas, maka diperoleh persamaan regresi sederhana sebagai berikut :

$$ETR = 7,1867 + 0,9318 * CSR$$

Persamaan linier sederhana diatas dijelaskan sebagai berikut :

1. Apabila variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) bernilai nol, maka nilai konstanta *Effective Tax Rate* (ETR) sebesar 7,1867
2. Koefisien regresi untuk CSR sebesar 0,9318. Hal ini menunjukkan bahwa ETR akan mengalami kenaikan sebesar 0,9318 untuk setiap kenaikan satuan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

#### 4.2.5 Hasil Uji Hipotesis

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

Koefisien determinasi adalah salah satu nilai statistik yang dapat digunakan untuk mengukur seberapa jauh model penelitian yang digunakan dapat menghubungkan variabel independen dengan variabel dependen dalam mengestimasi persamaan regresi.

Berdasarkan tabel 14 nilai koefisien determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*) adalah sebesar 0,5349. Hal ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* menjelaskan sebesar 53,49 pengaruh terhadap ETR. Sisanya yaitu sebesar 46,51% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam model penelitian ini.



### 4.3 Interpretasi Hasil Penelitian

#### 4.3.1 Perkembangan *Corporate Social Responsibility* Pada Sub Sektor Farmasi Periode 2013-2016

Berdasarkan hasil penelitian ini *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diproksikan oleh CSRD berpengaruh terhadap agresivitas pajak hal ini dibuktikan dengan perkembangan yang terjadi pada perusahaan farmasi, yaitu pada perusahaan farmasi mengalami perubahan hasil yang berbeda setiap tahunnya, dapat dilihat pada gambar 2 terdapat perusahaan yang memiliki tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Yang paling tinggi dan yang paling rendah. Perusahaan yang memiliki tingkat *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu pada tahun 2013 oleh perusahaan PT. Darya Varia Laboratoria Tbk. Sebesar 0,4066 sedangkan perusahaan yang memiliki tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang paling rendah yaitu pada perusahaan PT. Kalbe Farma Tbk. Sebesar 0,1758, tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) setiap tahunnya relatif stabil karena dalam tingkat kenaikan dan penurunannya tidak terjadi secara signifikan.

#### 4.3.2 Perkembangan Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi Dalam Periode 2013-2016

Perkembangan agresivitas pajak pada sub sektor farmasi memiliki hasil yang fluktuasi setiap tahunnya. Dapat dilihat pada gambar 4 bahwa terdapat perusahaan yang memiliki kenaikan yang signifikan yaitu pada perusahaan PT. Indofarma Persero Tbk. sebesar 0,1398 pada tahun 2013 namun pada tahun 2014 mengalami kenaikan sebesar 0,7028 ehingga menjadi 0,8426 dan mengalami penurunan sebesar 0,31 atau menjadi 0,5368 pada tahun 2015. Pada tahun 2016 PT. Indofarma Tbk. mengalami penurunan kembali sebesar 0,4557 atau menjadi 0,0811. Kenaikan dan penurunan pada perusahaan PT. Indofarma Tbk. merupakan kenaikan dan penurunan tertinggi dibandingkan dengan perusahaan sub sektor farmasi lainnya.

#### 4.3.3 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak

*Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif terhadap agresivitas pajak sebesar 53,49 yang dapat dilihat pada tabel 7 hasil regresi model penelitian. Perusahaan yang memiliki tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang tinggi akan mengakibatkan perusahaan lebih agresif terhadap pajaknya.

Masalah yang terjadi dalam pengurangan pajak ini dilakukan oleh perusahaan dengan cara mengeluarkan biaya yang dikeluarkan untuk *Corporate Social Responsibility* (CSR), hal ini adalah salah satu dari bentuk kegiatan pajak yang agresif. Banyak yang menjadi pertimbangan perusahaan untuk agresif terhadap pengurangan pajak dengan mengeluarkan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dapat mengurangi laba kena pajak, karena perusahaan merasa bahwa

tidak hanya pajak terutang tetap juga *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai pengurang laba yang didapat oleh perusahaan. Perusahaan merasa hal ini akan mempengaruhi laba yang di dapat, dari yang dikurangkan akan mencerminkan kinerja perusahaan yang kurang maksimal, sehingga perusahaan akan lebih agresif terhadap pajak terutang.

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian ini *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diprosikan oleh CSRD berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Dapat dibuktikan dengan perkembangan yang terjadi pada perusahaan farmasi terdapat pada gambar 3. PT. Darya Varia Laboratoria Tbk. memiliki tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang paling tinggi sedangkan PT. Kalbe Farma Tbk. memiliki tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang paling rendah.
2. Dalam perkembangan agresivitas pajak pada perusahaan sub sektor farmasi dalam periode 2013-2016 terdapat perusahaan yang mengalami fluktuasi signifikan, yaitu PT. Indofarma Tbk. perusahaan tersebut mengalami kenaikan dan penurunan tertinggi dibandingkan dengan sub sektor farmasi lainnya.
3. *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif terhadap agresivitas pajak agar perusahaan tidak mengeluarkan pajak yang berlebihan maka perusahaan mengeluarkan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR). Karena perusahaan merasa bahwa tidak hanya pajak terutang tetapi juga *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai pengurang laba yang didapat oleh perusahaan dan perusahaan merasa hal ini akan mempengaruhi laba yang didapat dari yang dikurangkan akan mencerminkan kinerja perusahaan yang kurang maksimal, sehingga perusahaan akan lebih agresif terhadap pajak terutang.

#### **5.2 Saran**

Beberapa saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi pembaca penelitian ini dapat menjadi pengetahuan dan referensi mengenai pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap agresivitas pajak pada suatu perusahaan.
2. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Pengungkapan Agresivitas Pajak selain *Corporate Social Responsibility* (CSR).

## DAFTAR PUSTAKA

- C. David. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Guler Aras & Ventus Publishing, Denmark
- C. Reverte 2009. *Determinasi Of Corporate Social Responsibility Disclouser Ratings by Sanish Listed Firms. Journal Of Bussines Ethics*, 88, 351-366.
- Devi Chyntia. 2014. *Pengaruh Corporate social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Solvabilitas Sebagai Variabel Moderating*. Universitas Islam Negri Maulana Malik Ibrahim, Malang.
- Diba Farah. 2012. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Regulasi Pemerintah Terhadap Pengungkapan Laporan Corporate Social Responsibility pada Laporan Tahunan di Indonesia*. Universitas Hassanudin, Makasar.
- E. R. Sembiring. 2005. *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study empiris pada perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta*. Simposium Nasional Akuntansi VIII, Solo.
- E. Suharto 2010. *CSR & COMDEV Investasi Kreatif Perusahaan di Era Globalisasi*. Bandung, Alfabeta.
- Effendi, M.A. (2007). *The power of good corporate governance*. Salemba Empat, Jakarta.
- J Hadi dan Y Mangoting. 2014. *Pengaruh Struktur Kepemilikan dan Karakteristik Dewan Terhadap Agresivitas Pajak. Tax & Accounting Review*, Vol. 4, No. 2, 2014.
- A.N.Hidayanti 2013. *Pengaruh Antara Kepemilikan Keluarga dan Corporate Governance Terhadap Tindakan Pajak Agresif*. Semarang, Universitas Diponegoro..
- Hlaing, Khin Phyo. (2012). *Organizational Architectur Of Multinationals and Tax Aggresivnes and its Relation to Aggressive Financial Reporting. The Accounting Review*
- I Ghozali dan A Chairi. 2007. *Statistik non-parametrik teori dan aplikasi dengan program SPSS*. Semarang, Universitas Diponegoro.
- Jessica, dan Toly. 2014. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Sosial Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak. Tax & Accounting Review*, Vol. 4, No. 1, 2014.
- John Elkington. 1997. *Canibal With Forks : The Triplle Bottom Line Of 21st Century Businnes Oxford UK : Capstone*.
- John Hutagaol Darusalam dan Danny Septiadi, 2009. *Konsep dan Aplikasi Perpajakan Luar Negri*. Jakarta . PT. Dimensi International Tax.
- R. Lanis dan G. Richardson. 2012. *Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An empirical analysis. J. Account. Public Policy* 31 (2012) 86–108.

- M.Yoehana 2013. *Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Mardikanto. 2013. *Corparate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Korporasi)*. Salemba Empat, Jakarta.
- N. Hadi. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Graha Ilmu, Yogyakarta:.
- Octaviana M.E. 2014. *Pengaruh agresivitas pajak terhadap corporate social responsibility*. Semarang, Universitas Diponegoro.
- E.A. Purwanggono 2015. *Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Kepemilikan Mayoritas Terhadap Agresivitas Pajak*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Steuer. 2009. *The Rol Of Goverment In Corporate Social Responsibility : Characterising Public Policies On CSR In Europe*. Springer Science + Bussines Media.
- Suandy, E. 2014. *Perencanaan Pajak*. Jakarta, Salemba Empat.
- Thomas Sumarsan. 2013. *Perpajakan Indonesia (Vol.3)*. Jakarta, PT. Indeks.
- D.Wahyudi 2015. *Analisis empiris pengaruh aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap penghindaran pajak di Indonesia*. Proceeding Pertemuan Ilmiah Tahunan (PIT) Nasional ke-2, Ikatan Widyaiswara Indonesia (IWT) Provinsi Banten, Pandeglang, 3-4 Desember 2015.
- Waluyo. 2011. *Perpajakan Indonesia*. Edisi 9. Jakarta, Salemba Empat.
- Y. Wibisono. (2007). *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR Corporate Social Responsibility*. Gresik, Fascho Publishing.

[www.idx.com](http://www.idx.com)

[www.sahamok.com](http://www.sahamok.com)