PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN *CORPORATE GOVERNANCE* TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK

(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018)

**Sesilia Kristince Adu (1)**

**Nugraini, S.E.,M.Sc (2)**

**Program Studi S1 Akuntansi**

**Universitas Mercu Buana Yogyakarta**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responbility* dan *Corporate Governance* terhadap Agrevitas Pajak pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018. Populasi penelitian ini adalah kumpulan dari seluruh perusahaan manufaktur pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI selama periode tahun 2016-2018 yaitu 24 perusahaan.

Agresivitas pajak diproksikan menggunakan ETR, *Corporate Social Responsibility* diukur menggunakan indikator pengungkapan CSR berdasarkan pedoman *Global Reporting Initiative* (GRI) dan *Corporate Governance* diukur menggunakan *ASEAN CG Scorecard* (ACGS) sesuai prinsip yang dikembangkan OECD dalam ASEAN CG *Scorecard: Country reports and assessments* 2014-2015 (*Asian Development Bank,*2015).Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* dan *Corporate Governance* memiliki pengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

**Kata Kunci:** agresivitas pajak, *Corporate Social Responsibility, Corporate Governance.*

***ABSTRACT***

*This study aims to determine the effect of Corporate Social Responsibility and Corporate Governance on Tax Aggressiveness in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period of 2016-2018. The research population is a collection of all manufacturing companies in the consumption sector of industrial goods listed on the Indonesia Stock Exchange for the period of 2016-2018. Namely 24 companies.*

*Tax aggressiveness is proxied using ETR, Corporate Social Responsibility is measured using CSR disclosure indicators based on the Global Reporting Initiative (GRI) guidelines and Corporate Governance is measured using the ASEAN CG Scorecard (ACGS) according to the principles developed by OECD in the ASEAN CG Scorecard: Country reports and assessments 2014-2015 (Asian Development Bank, 2015). The results of this study indicate that corporate social responsibility and Corporate Governance have a negative influence on tax aggressiveness.*

***Keywords:****aggressiveness Tax , Corporate Social Responsibility, Corporate Governance.*

**Pendahuluan**

Pajak sangat memegang peranan penting dalam perekonomian di Indonesia. Hal ini dikarenakan pajak merupakan sumber pendapatan utama dari negara Indonesia. Pentingnya peranan pajak bagi negara Indonesia menyebabkan pemerintah menciptakan berbagai program dan regulasi yang ditujukan untuk meningkatkan penerimaan dari sektor pajak. Adapun usaha yang dilakukan pemerintah untuk meningkatkan penerimaan dari sektor pajak adalah memberikan insentif penurunan tarif pajak badan melalui Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 Pasal 17 ayat (2b) dan Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 tentang penyederhanaan perhitungan pajak. Namun dalam kenyataannya, program dan regulasi yang diciptakan oleh pemerintah ini banyak disalahgunakan oleh beberapa para pemangku kepentingan perusahaan. Hal inilah yang mendorong perusahaan untuk melakukan tindakan yaitu meminimalisir beban pajaknya secara legal maupun ilegal dengan cara melakukan agresivitas pajak.

Penghindaran pajak agresif (agresivitas pajak) dilakukan dengan berbagai skema transaksi keuangan, baik yang legal maupun illegal berdampak mempengaruhi penurunan penerimaan negara yang digunakan untuk tujuan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dengan sistem pemungutan pajak di Indonesia berdasarkan *self assessment* (wajib pajak menghitung, menyetor dan melaporkan sendiri pajak yang terutang) dengan tulang punggung kepatuhan sukarela *(voluntary compliance),* maka sudah seharusnya wajib pajak menjalankan kewajiban membayar pajak dengan benar. Namun demikian, dari sudut pandang logika bisnis, mereka menganggap bahwa pajak adalah biaya pelaksanaan usaha *(cost of doing business).* Strategi manajerial untuk meminimalkan pajak melalui tindakan agresivitas pajak menjadi fitur yang umum dari lanskap perusahaan di seluruh dunia (Lanis dan Richardson, 2012).

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* diukur menggunakan pengukuran GRI-G4 yang sama dengan penelitian Pradipta (2015), pada penelitian tersebut terdapat 91 indikator pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dengan 3 kategori yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial. Namun demikian, pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dianggap sebagai suatu cara untuk mengefisienkan beban pajak serta menjadi salah satu faktor penting dalam keberlangsungan dan kesuksesan suatu perusahaan, karena *Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat membangun kepercayaan para *stakeholder* dan masyarakat (Lanis dan Richardson, 2011. Pemungutan pajak yang dilakukan oleh pemerintah tidak selalu mendapatkan sambutan yang baik oleh setiap wajib pajaknya, terutama oleh perusahaan.

*Corporate Governance* didefinisikan sebagai tata kelola perusahaan yang baik dalam menentukan arah dan tujuan perusahaan sesuai dengan karakter dari pemimpin perusahaan (Permana, 2015). Dengan etika professional yang dimiliki seorang pemimpin akan mempengaruhi kinerja dan keputusan perusahaan, terutama keputusan untuk menghindari agresivitas pajak. Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (2018) mendefinisikan *Corporate Governance* sebagai suatu sistem pengendali dan pengatur perusahaan yang dapat dilihat dari mekanisme hubungan antara berbagai pihak yang mengatur perusahaan maupun ditinjau dari nilai-nilai yang terkandung dari mekanisme pengelolaan itu sendiri. Sehingga penerapan prinsip-prinsip *corporate governance* (CG) dapat dikatakan mampu mengurangi tindakan pajak agresif yang diyakini juga mampu membatasi ruang gerak manajemen sehingga akan sulit untuk melakukan tindakan agresivitas pajak. Tata kelola perusahaan yang baik, mampu mengurangi tindakan oportunistik manajer dalam memaksimalkan kepentingan sendiri.

**Landasan Teori**

**Teori Legitimasi**

Legitimasi merupakan sebuah teori yang membahas fokus pada interaksi yang terjadi antara perusahaan dengan para *stakeholder* (Pradipta, 2014). 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 legimatimasi.

Selain itu, Lanis dan Richardson (2013) menjelaskan teori legitimasi yang mendukung pernyataan bahwa dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya, perusahaan menyediakan informasi CSR sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR akan mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap suatu perusahaan dan meningkatkan reputasi perusahaan.

**Teori Keagenan**

Teori keagenan atau teori agensi adalah teori yang menjelaskan tentang hubungan kerja antara pemilik perusahaan (pemegang saham atau prinsipal) dan manajemen (agen). Kontrak yang terjadi tersebut karena adanya perjanjian dari prinsipal untuk memperkerjakan agen dan diberi kewenangan dalam pengambilan keputusan atau menjalankan perusahaan.

Menurut Ross et al (2016, hlm.10), teori keagenan menjelaskan hubungan yang terjadi antara pemegang saham dengan manajemen, dimana pemegang saham sebagai prinsipal mempekerjakan orang lain sebagai manajemen (agen) yang bertindak untuk mewakili kepentingannya. Teori agensi merupakan suatu kontrak yang terjadi antara satu atau lebih individu sebagai prinsipal dan individu lainnya sebagai agen (Yunistiyani dan Tahar, 2017).

Manajer melakukan tindakan agresif terhadap pajak untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan, tetapi di sisi lain biaya yang dikeluarkan juga sangat mahal. Biaya ini, misalnya biaya *non tax* yang harus dikeluarkan untuk memanipulasi transaksi-transaksi perusahaan dalam rangka mengefisiensikan beban pajak yang ditanggung perusahaan. Dengan demikian, hal ini menunjukkan bahwa segala tindakan yang dilakukan tidak sepenuhnya menguntungkan pemegang saham dan untuk mengatasi konflik ini diperlukan sistem tata kelola *(Corporate Governance)* yang baik untuk memantau tindakan manajer dalam setiap pengambilan keputusan.

**Teori *Stakeholder***

*Stakeholder* merupakan individu atau sekumpulan orang (kelompok) yang memiliki kepentingan bisnis dengan perusahaan atau organisasi (Sutiyok dan Rahmawati,2014). Keberadaan suatu perusahaan (organisasi) tidak akan terlepas dari pengaruh orang-orang atau kelompok yang memiliki hubungan dengan perusahaan. Adanya teori *stakeholder* ini yang akan menjelaskan bahwa perusahaan tidaklah bersifat individualis dan tidak mementingkan diri sendiri dalam menjalankan kegiatan operasinya. Teori *stakeholder* dapat memengaruhi perusahaan untuk mengungkapkan laporan tahunannya secara luas dan transparan, karena campur tangan pihak lain sangat dibutuhkan demi kelangsungan kegiatan operasionalnya *(going concern).*

Perusahaan juga memiliki tanggung jawab sosial kepada masyarakat dan lingkungan disekitar tempat beroperasi, sehingga mengharuskan perusahaan untuk mempertimbangkan kepentingan semua pihak dalam pengambilan keputusan. Menurut Fatayatiningrum (2011) tujuan utama dari teori *stakeholder* untuk membantu manajer mengerti lingkungan *stakeholder* dan melakukan pengelolaan yang lebih efektif. Tujuan yang lebih luas dari teori *stakeholder* adalah membantu manajer perusahaan dalam meningkatkan value added dan meminimalir kerugian (Yunistiyani dan Tahar 2017).

***Corporate Social Responsibility***

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan aktivitas yang berkaitan dengan etika dan tanggung jawab perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasinya dengan memperhatikan keseimbangan aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (Gunawan, 2015). Pelaksanaan CSR merupakan wujud partisipasi dan perhatian perusahaan terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat secara luas yang berdampak positif bagi keberlangsungan hidup perusahaan. Lanis dan Richardson (2012) mengatakan bahwa CSR merupakan faktor kunci dalam keberhasilan serta kelangsungan hidup sebuah perusahaan.

*Corporate Social Responsibility* merupakan bentuk nyata kepedulian kalangan dunia usaha terhadap lingkungan di sekitarnya.” Kementerian Lingkungan Hidup, (2012). Kegiatan yang dilakukan CSR perusahaan peduli terhadap tanggung jawab sosial perusahaan berbagai bidang, mulai dari kesehatan, lingkungan, pendidikan, ekonomi, sosial budaya. Kegiatan dan pelaksanaan CSR telah diatur dalam (Pasal 74 UU No. 40 tahun 2007) “Tentang Perseroan Terbatas yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”.

***Coporate Goverance***

*Corporate Governance* telah didefinisikan sebagai efektivitas mekanisme yang bertujuan untuk meminimalkan terjadinya konflik perbedaan pendapat antara manajer dengan pemilik perusahaan (Kurniasih dan Sari, 2013). Dengan kata lain, perusahaan yang telah menerapan CG dengan baik akan dapat menjembatani kepentingan pemegang saham dan manajernya. Terwujudnya keseimbangan pengawasan dan pengendalian pengelolaan perusahaan akan menjadi penghambat bagi manajer untuk membuat kebijakan sesuai kepentingan pribadi serta mendorong terciptanya transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi, dan keadilan (Jao dan Pagalung, 2011). *Corporate Governance* juga diartikan sebagai suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan sebagai upaya menciptakan suatu nilai tambah bagi para pemangku kepentingan *(stakeholder)* secara berkesinambungan dalam jangka waktu yang panjang (Sabirin,2016).

Pada praktek penerapan CG, perusahaan di wilayah Asia diwajibkan menggunakan *Asean Coporate Governance scorecard* sebagai tolak ukur untuk menilai tata kelola perusahaan. *ASEAN CG scorecard* merupakan inisiatif dari *ASEAN Capital Market Forum (ACMF)*. Perusahaan dinilai mengenai bagaimana menjalankan prinsip-prinsip dari tata kelola perusahaan berdasarkan kelima prinsip OECD. Dalam ASEAN CG *Scorecard* ini mengatur 5 kategori dalam OECD dan masing-masing kategori tersebut memiliki jumlah pertanyaan dan jumlah skor yang harus ditotalkan. Semakin besar atau mendekati nilai yang telah ditentukan maka perusahaan tersebut menerapkan GCG di perusahaannya dengan baik.

*Corporate Social Responsilibity* *(CSR)*

X1

H1

*Corporate Governance (CG)*

X2

Agresivitas Pajak

(ETR)

(Y)

H2

H3

*Sumber : Afrila Shinta (2017); Lanis dan Richardson (2012); Dwi Rengganis & Dwija Putri (2018)*

**Pengujian Hipotesis**

**pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Agresivitas Pajak**

Perusahaan akan selalu berusaha berinteraksi secara baik dengan masyarakat sekitar dengan melaksanakan kegiatan-kegiatan sosial sebagai bentuk pertanggungjawaban sosial kepada masyarakat di lingkungannya. Perusahaan yang bersikap patuh terhadap hukum perpajakan yang ada akan memperoleh legitimasi dari masyarakat dan dengan demikian perusahaan akan bertahan dalam jangka waktu yang panjang karena mampu mempertahankan kedudukannya (Lanis dan Richardson, 2012). Laba perusahaan yang tinggi dapat diperoleh dengan cara meminimalkan beban-beban yang dimiliki oleh perusahaan. Salah satu beban yang dimiliki oleh perusahaan adalah beban dalam membayar pajak. Oleh karena itu maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut

Kegiatan *corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif yang tercermin dalam peningkatan profitabilitas perusahaan. Sedangkan hasil penelitian Rini dkk., (2015) menunjukkan bahwa sensitivitas agresivitas pajak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Penelitian Lanis dan Richardson (2013), Pradipta dan Supriyadi (2015) juga menunjukkan hasil yang signifikan antara pengungkapan CSR dengan agresivitas pajak. Artinya, perusahaan yang melakukan tindakan pajak agresif, melakukan pengungkapan CSR yang lebih luas daripada perusahaan yang tidak melakukan agresivitas pajak. Atas dasar paparan di atas, maka diduga *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap agresivitas pajak dan diajukan hipotesis seperti berikut:

**H1: *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.**

**Pengaruh *Corporate Governance* dan Agresivitas Pajak**

*Corporate governance* (CG) dapat diartikan sebagai rangkaian kebijakan yang memengaruhi pengarahan, pengelolaan, serta pengontrolan suatu perusahaan. Tata kelola perusahaan juga mencakup hubungan antara para pemangku kepentingan *(stakeholder)* yang terlibat serta tujuan pengelolaan perusahaan. Tata kelola perusahaan merupakan subjek yang memiliki banyak tatanan. Salah satu aspek utama yang termasuk tata kelola suatu entitas atau perusahaan adalah menyangkut masalah akuntabilitas, tanggung jawab, khususnya penerapan yang berasal dari pedoman dan mekanisme untuk memberi kepastian perilaku yang baik dan memberi perlindungan bagi kepentingan pemegang saham.

Penelitian CG dan agresivitas pajak dilakukan oleh Timothy (2010) dan hasilnya menunjukkan bahwa CG mempengaruhi kegiatan agresivitas pajak. Sama halnya dengan kegiatan CSR, penerapan CG di tiap negara juga berbeda-beda tergantung kondisi ekonomi, hukum, dan lingkungan di suatu negara. Pada penelitian Minnick dan Noga (2010) juga telah memberikan dukungan pentingnya peranan tata kelola perusahaan terhadap perencanaan manajemen pajak secara jangka panjang. Oleh karena itu, penelitian ini mengajukan hipotesis seperti berikut:

**H2: *Corporate governance* berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.**

**Metode Penelitian**

**Populasi dan sampel**

**Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Oleh karena itu, populasi merupakan keseluruhan objek penelitian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini perusahaan manufaktur yang terdiri dari sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018.

**Sampel**

Sampel didefinisikan oleh Sugiyono (2012) sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sedangkan Sofiyan (2013) berpendapat bahwa sampel merupakan prosedur pengambilan data dari populasi, yang diambil dan digunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 sampai 2018 dengan beberapa kriteria tertentu.

**Jenis dan Sumber Data**

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan merupakan data kuantitaif. Sedangkan sumber data yang digunakan merupakan jenis data sekunder. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan yang mempunyai laba positif pada perusahaan manufaktur di BEI dan laporan mengenai CSR dan CG yang diungkapkan dalam laporan keberlanjutan *(sustainability report)* yang juga terdapat di Bursa Efek Indonesia maupun situs perusahaan, selama tahun periode 2016 - 2018 ( [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) ).

**Teknik Pengumpulan Sampel**

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan tujuan untuk medapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Metode *purposive sampling* ini merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan dari subjek peneliti, sampel dipilih sesuai dengan karakteristik yang cocok dengan kriteria yang telah ditentukan peneliti agar diperoleh sampel yang akurat, tepat, dan relevan. Kriteria- kriteria yang dipilih dalam pengambilan sampel penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan yang bergerak pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2018.

2. Perusahaan yang menerbitkan laporan tahunan *(annual report)* dari Bursa Efek Indonesia atau situs perusahaan selama tahun 2016-2018 secara berturut-turut.

3. Perusahaan yang menerbitkan laporan keberlanjutan (*sustainability report*) sesuai dengan GRI-G4 selama tahun 2016-2018.

4. Perusahaan yang menghasilkan laba positif.

5. Perusahaan yang memiliki data lengkap berkaitan dengan variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini.

**Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dokumentasi dan studi pustaka. Dokumentasi yang dilakukan berupa pengumpulan data dengan melakukan pencatatan data-data yang berhubungan dengan penelitian. Studi pustaka yang dilakukan berupa pengumpulan data dengan mengkaji berbagai literatur jurnal dan sumber lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

**Definisi Operasional**

Definisi operasional adalah definisi yang diberikan bagi variabel dengan cara memberikan arti sehingga dapat memberikan gambaran tentang bagaimana variabel tersebut dapat dikur (Indriantoro dan Bambang, 2013).

***Corporate Social Responsibility***

CSR diproksikan ke dalam pengungkapan CSR yang dapat diukur menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDIj) berdasarkan *Global Reporting Initiatives* (GRI). Pada umumnya perusahaan dalam menyusun laporan pengungkapan CSR menggunakan standar *sustainability report* yang dibuat oleh GRI dengan memfokuskan pada pengungkapan kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. Pengukuran ini dilakukan dengan cara mencocokkan aktivitas-aktivitas CSR yang diungkapkan pada laporan tahunan perusahaan dengan *check list*, apabila item YA diungkapkan maka diberi nilai 1, jika TIDAK diungkapkan maka diberi nilai 0 pada *check list*.

Rumus yang digunakan dalam menghitung CSRDIj seperti penelitian yang dilakukan oleh Luke dan Zulaikha (2016); Sagala dan Ratmono (2015); Wijayanti, Wijayanti, Samrotun (2016); Muzzaki (2015) sebagai berikut:

CRSIj =

=

∑ xyi

ni

Keterangan:

CSRIj : indeks luas pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan i

∑Xyi : nilai 1 = jika item y diungkapkan; 0 = jika item y tidak diungkapkan

n : jumlah item untuk perusahaan I, n

***Corporate Governance***

Pengukuran CG dilakukan berdasarkan pengungkapan CG yang disajikan di laporan tahunan dan informasi dari *website* masing masing perusahaan. Dalam penelitian ini *Corporate Governance* akan diukur dengan *ASEAN CG Scorecard* (ACGS) sesuai prinsip yang dikembangkan OECD dalam ASEAN CG *Scorecard: Country reports and assessments* 2014-2015 (*Asian Development Bank,* 2015). Adapun *self assessment* ini diselaraskan antara isi laporan tahunan perusahaan dengan 185 item pertanyaan ASEAN CG *Scorecard.* Dalam proses analisis menggunakan ASEAN CG *scorecard* dilakukan dengan membaca laporan tahunan perusahaan dan informasi pada *website* masing masing untuk menjawab 185 item pertanyaan yang diajukan dalam *scorecar*d tersebut. Untuk jawaban YA maka akan diberi skor 1, jawaban TIDAK diberi skor 0.

Total item yang diungkapkan

*Total item indikator*

Nilai (s*core) = X 100*

**Teknik Analisis Data**

Metode analisis ini untuk mengetahui variabel independen yang mempengaruhi secara signifikan terhadap agrevitas pajak pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dalam kurun waktu 2016-2018 yaitu CSR dan CG digunakan untuk persamaan umum regresi linier berganda atas dua variabel bebas terhadap variabel tidak bebas umum regresi berganda.

Model persamaan regresi untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini sebagai berikut:

ETR= b0+b1+x1+b2+x2+e

Keterangan:

ETR :  *Effective Tax Rate*

b : Konstanta

b1-2 : Koefisien variabel

CSR (x1) : *Corporate Social Responsibility*

GCG (x2) : *Corporate Governance*

e : *Error*

**Analisis dan Pembahasan**

**Tabel 4.3**

**Hasil Analisis Statistik Deskriptif**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Descriptive Statistics** | | | | | |
|  | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| CSR | 72 | 11.00 | 253.00 | 89.9861 | 50.09723 |
| CG | 72 | 19459.00 | 70811.00 | 39106.5694 | 11078.60340 |
| ETR | 72 | -39873.00 | 815.00 | -627.9306 | 4698.88013 |
| Valid N (listwise) | 72 |  |  |  |  |

Sumber : data diolah 2020

Berdasarkan hasil olah data pada tabel diatas dapat dijelaskan bahwa selama periode penelitian yaitu tahun 2016-2018 diperoleh hasil masing-masing variabel berbeda.

Pada variabel *corporate social Responbility* (CSR) memiliki nilai minimum 11.00 dan nilai maximum 253.00 dengan nilai rata-rata 89.9861 dan standar deviasinya , 50.09723.

Pada variabel *Corporate Governance* (CG) diperoleh hasil nilai minimum 19459.00 dan nilai maximum 70811.00 dengan nilai rata-rata 39106.5694 dan standar deviasinya 11078.60340.

Pada variabel Agrevitas Pajak diperoleh hasil minimum -39873.00 dan nilai maximum 815.00 dengan nilai rata-rata -627.9306 dan standar deviasinya 4698.88013.

**Uji Asumsi Klasik**

**Uji Normalitas**

**Tabel 4.4**

**Hasil Uji Normalitas**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test** | | | |
|  | | | Unstandardized Residual |
| N | | | 72 |
| Normal Parametersa,b | Mean | | .0000000 |
| Std. Deviation | | 4627.31648638 |
| Most Extreme Differences | Absolute | | .376 |
| Positive | | .314 |
| Negative | | -.376 |
| Test Statistic | | | .376 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | | .000c |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed) | Sig. | | .000d |
| 99% Confidence Interval | Lower Bound | .000 |
| Upper Bound | .062 |
| a. Test distribution is Normal. | | | |
| b. Calculated from data. | | | |
| c. Lilliefors Significance Correction. | | | |
| d. Based on 72 sampled tables with starting seed 2000000. | | | |

Sumber : data sekunder diolah,2020

Dari uji *one sample kolmogorov-smirnov test* diatas, dihasilkan nilai Asymp.sig (2-tailed) sebesar 0,062. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data residual dalam model regresi ini berdistribusi normal karena nilai Asymp.sig (2-tailed) diatas 0,05.

**Uji Multikolinearitas**

**Tabel 4.5**

**Hasil uji multikolinearitas**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Coefficientsa** | | | | | | | | |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
| B | Std. Error | Beta | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | -585.628 | 2120.732 |  | -.276 | .783 |  |  |
| CSR | 16.014 | 11.417 | .171 | 1.403 | .165 | .949 | 1.054 |
| CG | -.038 | .052 | -.089 | -.735 | .465 | .949 | 1.054 |
| a. Dependent Variable: ETR | | | | | | | | |

Sumber : data sekunder diolah,2020

Berdasarkan tabel diatas, maka dalam model regresi tidak terjadi multikoleniaritas atau regresi yang sempurna antara variabel-variabel bebas yaitu *Corporate social Responbility* (CSR) *Corporate Governance* (CG) dan Agrevitas Pajak karena nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,1. Dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen terhadap variabel dependen.

**Uji Heterosdastissitas**

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi terdapat ketidaksamaan *variance* antar residual (Wijayanti, Wijayanti, Samrotun, 2016). Untuk mendeteksi ada ataupun tidak heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *Glejser*, kriteria dalam pengambilan keputusan ini apabila nilai signifikansi >0,05 maka tidak terdapat gejala heteroskedastisitas, dimana model yang baik tidak terjadi gejala heteroskedastisitas (Fadhilah, 2014).

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Coefficientsa** | | | | | | |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 1431.816 | 1972.474 |  | .726 | .470 |
| CSR | -20.888 | 10.618 | -.236 | -1.967 | .053 |
| CG | .045 | .048 | .113 | .944 | .348 |
| a. Dependent Variable: RES2 | | | | | | |

Berdasarkan uji glejser menunjukan bahwa masing-masing variabel bebas tidak terbukti signifikan pada absolutnya,dapat dilihat dari nilai *corporate social Responsibility* sebesar -1.967 dan *corporate Governance* sebesar 0,944. Hasil tersebut menunjukan model terbebas dari penyimpangan heterosdekatisitas.

**Uji Autokorelasi**

Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi diantaranya dengan uji Durbin Watson (Ghozali, 2011). Uji ini digunakan untuk mendeteksi adanya autokorelasi diantara variabel yang dianalisis. Uji Autokorelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji Durbin Watson. Berikut ini merupakan tabel keputusan ada atau tidaknya autokorelasi:

**Tabel 4.7**

**Hasil Uji Autokorelasi**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Model Summaryb** | | | | | |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1 | .174a | .030 | .002 | 4693.90000 | 2.101 |
| a. Predictors: (Constant), CG, CSR | | | | | |
| b. Dependent Variable: ETR | | | | | |

Sumber: data sekunder diolah,2020

Berdasarkan hasil uji autokorelasi, nilai *Durbin-Watson* menunjukkan angka sebesar 2,101 yang dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

**Pengujian Hipotesis**

Uji ini dilakukan untuk mengevaluasi akurasi dari hipotesis dengan menentukan jumlah statistik dari data yang terungkap, hipotesis tersebut dapat diterima atau ditolak. Pengujian ini menggunakan model analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi (R2), uji kelayakan model (uji sig F), dan uji parameter individual (uji sig t).

**Tabel 4.8**

**Hasil Analisis Regresi Berganda**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Coefficientsa** | | | | | | |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | -585.628 | 2120.732 |  | -.276 | .783 |
| CSR | 16.014 | 11.417 | .171 | 1.403 | .165 |
| CG | -.038 | .052 | -.089 | -.735 | .465 |
| a. Dependent Variable: ETR | | | | | | |

Sumber : data sekunder diolah,2020

Berdasarkan hasil output dari tabel diatas maka model regresi yang diperoleh sebagai berikut:

ETR : -585.628 + 16.014 - 0,038 CG + e

Dari persamaan regresi linier berganda diatas maka dapat dianalisis sebagai berikut:

Konstanta sebesar -585.628 menyatakan bahwa jika variabel independen CSR, CG bernilai nol maka angka -585.628 tidak ada artinya.

Koefisien regresi CSR 16.014 sehingga dapat disimpulkan apabila variabel CSR meningkat satu satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya bernilai nol atau konstan, maka variabel agrevitas pajak akan mengalami kenaikan sebesar 16.014.

Koefisien regresi CG sebesar -0,038 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel CG mengalami penurunan satu satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya bernilai nol atau konstan,maka variabel agrevitas pajak mengalami penurunan sebesar -0,038.

**Uji Kelayakan Model (Uji sig F)**

Uji F digunakan untuk menguji variabel bebas dan variabel independen terhadap agrevitas pajak.

**Tabel 4.9**

**Hasil Uji F ( ANOVA )**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ANOVAa** | | | | | | |
| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 47386578.227 | 2 | 23693289.114 | 1.075 | .347b |
| Residual | 1520256108.425 | 69 | 22032697.224 |  |  |
| Total | 1567642686.653 | 71 |  |  |  |
| a. Dependent Variable: ETR | | | | | | |
| b. Predictors: (Constant), CG, CSR | | | | | | |

Sumber : data sekunder diolah,2020

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukan bahwa hasil perhitungan uji F diperoleh nilai F-hitung 1,075 dengan tingkat signifikan 0,347>0,05. Sehingga H3 ditolak.

**Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Stastistik t)**

Pengujian ini untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t-tabel masing-masing koefisien regresi dengan nilai t-hitung menggunakan tingkat signifikan sebesar 0,05 (ɑ = 5%). Kriteria pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah:

1. Jika tingkat signifikan ≤ 0,05 (sig ≤ 0,05), maka koefisien regresi bersifat signifikan dan secara parsial variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika tingkat signifikan > 0,05 (sig > 0,05), maka hipotesis ditolak. Hal tersebut menunjukkan bahwa koefisien regresi tidak signifikan. Secara parsial variabel independen tidak memilki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

**Tabel 4.10**

**Hasil Uji T**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Coefficientsa** | | | | | | |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | -585.628 | 2120.732 |  | -.276 | .783 |
| CSR | 16.014 | 11.417 | .171 | 1.403 | .165 |
| CG | -.038 | .052 | -.089 | -.735 | .465 |
| a. Dependent Variable: ETR | | | | | | |

Sumber: data sekunder diolah,2020.

Pengujian regresi parsial atau pengujian hipotesis diperoleh hasil sebagai berikut:

**Hipotesis 1**

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, variabel CSR memiliki T hitung sebesar 1,403. Nilai ini lebih kecil dari t tabel (1,403<1.99495), sedangkan hasil probabilitasnya lebih besar dari tingkat signifikansi (0,165>0,05). Dari angka tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel CSR tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

**Hipotesis 2**

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, variabel CG memiliki t hitung sebesar -0,735. Nilai ini lebih kecil dari t tabel (-0,735<1.99495), sedangkan hasil probabilitasnya lebih besar dari tingkat signifikansi (0,465>0,05). Dari angka tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel CG tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

**Hipotesis 3**

Berdasarkan 4.10 diatas, variabel CSR memiliki nilai t hitung sebesar 1,403 Nilai ini lebih kecil dari t tabel (1,403<1.99495) dan CG memiliki t hitung sebesar -0,735. Nilai ini lebih kecil dari t tabel (-0,735<1.99495) dilihat dari nilai diatas maka dapat disimpulkan bahwa CSR dan CG bersama-sama tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

**Tabel Hipotesis**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Hipotesis | Pernyataan | Keterangan |
| H1 | Variabel CSR | Di tolak |
| H2 | Variabel CG | Di tolak |
| H3 | Variabel CSR dan CG | Di tolak |

**Pembahasan**

**Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap agresivitas pajak**

Hasil pengujian hipotesis 1 membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidakberpengaruh terhadap agrevitas pajak. Sehingga hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak di perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Indonesia dikarenakan nilai CSR yang rendah terhadap Agresivitas Pajak yang berarti jika semakin luas nilai atau item pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di ungkapkan makaakan dapat menurunkan praktek penghindaran pajak pada perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Napitu dan Kurniawan (2016) yang menunjukkan bahwa praktik CSR tidak mempengaruhi agresivitas pajak perusahaan. Hal ini disebabkan perusahaan tidak berfokus pada pengungkapan CSR sebagai salah satu upaya yang dapat menurunkan nilai agresivitas pajak. Bagi perusahaan, program CSR masih terbatas pada realisasi program *charity* (tindakan kesejahteraan sosial) yang belum mampu memberdayakan masyarakat.

Sedangkan di dalam teori legitimasi telah dijelaskan bahwa apabila terjadi suatu perbedaan antara tindakan perusahaan dengan harapan masyarakat, maka manajemen dapat menggunakan media, yaitu berupa laporan keuangan tahunan yang akan digunakan dalam mengungkapkan hal-hal yang tidak diketahui oleh masyarakat untuk membantu mengurangi perbedaan masalah yang telah terjadi di masyarakat dan ketika perusahaan tidak menggunakan sebagaimana fungsi dari media laporan keuangan itu sendiri maka hal-hal yang tidak diinginkan mungkin saja akan terjadi seperti hilangnya kepercayaan dari masyarakat terhadap perusahaan.

**Pengaruh *Corporate Governance* (CG) terhadap agresivitas pajak**

Hasil pengujian hipotesis 2 menunjukkan ASEAN CG *Scorecard* (ACGS) tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak, sehingga dapat dinyatakan bahwa semakin tinggi skor ACGS maka akan semakin rendah tingkat agresivitas pajak pada sebuah perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Sabirin,2016) yang menunjukkan bahwa *Corporate Governance* dapat diartikan juga sebagai suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan dalam upaya menciptakan suatu nilai tambah bagi para pemangku kepentingan *(stakeholder)* secara berkesinambungan dalam jangka waktu yang panjang.

Perusahaan dinilai mengenai bagaimana cara menjalankan prinsip-prinsip dari tata kelola perusahaan berdasarkan kelima prinsip OECD jika peengungkapannya masih dianggap kurang atau tidak sepenuhnya di laporkan ke Laporan keuangan maka tidak akan mendapatkan nilai yang berarti ketika dilakukan penialaian. Dengan demikain, perusahaan akan dianggap buruk dalam menjalankan praktik tata kelola perusahaan.

**Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Corporate Governance* (CG) terhadap Agresivitas Pajak**

Hasil pengujian hipotesis 3 menunjukkan bahwa CSR dan CG bersama-sama tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hal ini jalan dengan penelitian Jessica dan Toly (2014) yang mengatakan bahwa sulit sekali membedakan perusahaan yang melakukan CSR untuk memenuhi kewajibannya terhadap masyarakat atau hanya sebagai motif dalam melakukan agresivitas pajak. Diharapkan dengan semakin tingginya pengungkapan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan, maka semakin kecil kemungkinan perusahaan untuk.melakukan agresivitas pajak dan pada CG, hal tersebut sesuai dengan teori agensi yang menjelaskan bahwa didalam suatu perusahaan harus mampu menciptakan keseimbangan internal perusahaan untuk menghindari terjadinya konflik (Wibowo, 2010).

Hal ini disebabkan perusahaan tidak berfokus pada pengungkapan CSR sebagai salah satu upaya yang dapat menurunkan nilai agresivitas pajak. Bagi perusahaan, program CSR masih terbatas pada realisasi program *charity* (tindakan kesejahteraan sosial) yang belum mampu memberdayakan masyarakat. Sedangkan dalam CG Perusahaan dinilai mengenai bagaimana cara menjalankan prinsip-prinsip dari tata kelola perusahaan berdasarkan kelima prinsip OECD jika pengungkapannya masih dianggap kurang atau tidak sepenuhnya di laporkan ke laporan keuangan sehingga tidak akan mendapatkan nilai yang berarti ketika dilakukan penilaian. Alhasilnya, perusahaan akan dianggap buruk dalam menjalankan praktik tata kelola perusahaan.

**Kesimpulan**

1. *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sektor perusahaan industri barang konsumsi.
2. *Corporate Governance* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sektor perusahaan industri barang konsumsi.
3. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Corporate Governance* (CG) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada sektor perusahaan industri barang konsumsi.

**Saran**

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti kembali dengan topik yang sama, maka peneliti menyarankan agar:

1. Dapat menambah periode waktu penelitian serta melakukan penelitian pada sektor perusahaan industri yang berbeda yaitu di luar industri manufaktur barang konsumsi.
2. Dapat menggunakan proksi lain dalam menghitung CG misalnya menggunakan proksi *Data Envelopment Analysis* (DEA), komisaris independen dan komite audit.
3. Dapat menambah variabel kontrol lainnya seperti profitabilitas, *leverage, capital intensity* dan *Inventory Intensity*
4. Dapat menggunakan proksi agresivitas pajak selain ETR, misalnya *Cash Effective Tax Rate* (CETR), *Book Tax Rate* (BTD).

**DAFTAR PUSTAKA**

*ASEAN Corporate Governance Scorecard Country Reports and Assessments* 2015

Chariri dan Imam Ghozali 2000. *Teori Akuntansi*. Semarang: UNDIP

Denny Wijaya (2019) “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility, Leverage,* Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Agresivitas Pajak.” *Skripsi,* UPN Veteran Jakarta.

Darmawan et. al 2014. “Pengaruh Penerapan *Corporate Governance, Leverage, Return On Assets*, dan Ukuran Perusahaan Pada Penghindaran Pajak*.” E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 9 (1): 143-161

Darussalam. 2009. “Tax Avoidance, Tax Planning, Tax Evasion, dan Anti Avoidance Rule.”Observation and Research of Taxation http://www.ortax.org/ortax/?%20mod=issue&page=show&id=36&q=&h lm=1

Fadhilah, Rahmi. 2014. “Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Tax Avoidance.”

E-Jurnal Akuntansi Universitas Negeri Padang: 1-22.

Fahriani, Melinda, dan Maswar Patuh Priyadi. 2016. “Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Tindakan Pajak Agresif Pada Perusahaan Manufaktur.” *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 5 (7): 1-20.

*Global Reporting Initiative. 2018. “G4 Sustainability Reporting Guidelines.”* [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)

<https://www.coursehero.com/file/p40a54u/Dalam-ASEAN-CG-Scorecard-ini-mengatur-5-area-dalam-OECD-dan-masing-masing-area/>

Indrajati W, Djeni., Sandy Djumena, dan Yuniarwati. 2017. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI 2013-2015*.” Journal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis* 1 (1): 125-134*.*

Jessica., dan Agus Arianto Toly. 2014. “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak.” *Tax & Accounting Review* 4 (1).

Kholid Hidayat, dkk. (2016) “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Insentif Pajak Sebagai Pemoderasi (Studi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI).” E-ISSN 2502-4159 JIAFE *(Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi)* Volume 2 No. 2 Tahun 2016, Hal. 39-58

Lanis, R and Richardson. (2011). *The effect of board of director composition on corporate tax aggressiveness. Australia: Journal Account. Public Policy* 30 (2011) 50–70.

Lanis, R and Richardson.. (2012). *Corporate Social Responsibility and tax aggressiveness: a test of legistimacy theory. J. Account. Public Policy* 31, 86-108.

Lanis, Roman, dan Grant Richardson. 2011. *“Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness.” SSRN Electronic Journal:* 1-50.

Lanis, Roman. dan Grant Richardson. 2012. “*Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: A Test of Legitimacy Theory.” Accounting, Auditing, & Accountability Journal* 26 (1): 75-100.

Moh Zainul Abidin, dkk (2018) ”Pengaruh *Good Corporate Governance* dan *Corporate Sosial Responsibility* Terhadap Tindakan Pajak Agresif (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang listing di BEI Tahun 2012-2015).” *Jurnal* Ilmiah Riset Akuntansi Vol.07 No.03 November 2018

Pangestika, Nurul Amalia. 2017. “Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak.” *Skripsi*, Universitas Islam Indonesia.

Permana, Ahmad Reza Dwi. 2015. “Pengaruh *Corporate Governance* Terhadap Penghindaran Pajak.” *Skripsi*, Universitas Diponegoro.

Santoso, Titus Bayu., dan Dul Muid. 2014. “Pengaruh *Corporate Governance* Terhadap Penghindaran Pajak.” Diponegoro *Journal of Accounting* 3 (4): 1-11.

Sofiyan. (2013). *Metode penelitian kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana penanda Media Group.

Suriana AR Mahdi, Resmiyati Ansar, Rizki R. Hi. Kama, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016) *Jurnal Penelitian Humano, Vol. 9 No. 2 Edisi November 2018*

Wibowo, Edi. 2010. “Implementasi *Good Corporate Governance* di Indonesia.” *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* 10 (2): 129-138.

Wijayanti, A., A. Wijayanti, dan Y. C. Samrotun. 2016. “Pengaruh Karakteristik Perusahaan GCG dan CSR Terhadap Penghindaran Pajak”. *Seminar Nasional* IENACO. Universitas Islam Batik Surakarta: 541-548

Wulolo, C. F., & Rahmawati, I. P. (2017). Analisis pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berdasarkan *Global Reporting Initiative G4.* *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, *13*(1), 53-60.

[www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

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

Yoehana, Maretta. 2013. “Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility.” *Skripsi,* Universitas Diponegoro.

Yunistiyani, Vina., dan Afrizal Tahar. 2017. “*Corporate Social Responsibility* dan Agresivitas Pelaporan Keuangan Terhadap Agresivitas Pajak dengan *Good Corporate Governance* Sebagai Pemoderasi.” *Jurnal Ilmiah Akuntansi* 2 (1): 1-31.