

**HUBUNGAN KARAKTERISTIK PERUSAHAAN DAN BEBAN
IKLAN TERHADAP PENGHINDARAN PAJAK DENGAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa
Efek Indonesia Periode 2015-2017)

Ulfah Harum Praditya Putri

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Email: ulfaharum40@gmail.com

Afrizal Tahar, S.H., S.E., M.Acc., Ak., CA
Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

ABSTRACT

This study aims to provide empirical evidence regarding the relationship of company characteristics and advertising burden to tax avoidance with Corporate Social Responsibility as an intervening variable. The company's characteristics use profitability and company size. The population in this study are manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2015-2017. Sampling using purposive sample method and obtained a sample of 107 samples. Data obtained from the Indonesia Stock Exchange Yogyakarta area office and website www.idx.co.id, the data analyzed in this study are processed from annual reports and company financial statements. The analysis technique used for testing is path analysis using SPSS 15.0. The results showed that profitability and advertising burden did not affect CSR, company size had a positive effect on CSR, profitability had a negative effect on tax avoidance, firm size had no effect on tax avoidance, advertising burden positively affected tax avoidance and profitability, company size and advertising burden has no effect on tax avoidance with Corporate Social Responsibility as an intervening variable.

Keywords: *tax avoidance, Corporate Social Responsibility, profitability, size and advertising burden.*

1. PENDAHULUAN

Pajak merupakan penopang pendapatan nasional terbesar di Indonesia. Menurut Kementerian Keuangan 2017 penerimaan perpajakan pada APBN 2017 mencapai 85,6% dari total pendapatan. Menurut pasal 1 Undang-undang nomor 16 tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (KUP), 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. Pajak haruslah dikelola dengan baik agar pemasukan negara juga akan stabil dan bahkan akan cenderung meningkat (Hidayat, W 2018).

Kegiatan penyeteroran hingga pelaporan wajib dilakukan oleh orang pribadi dan perusahaan. Selain itu, perusahaan-perusahaan tersebut haruslah memenuhi tanggung jawabnya kepada lingkungan sekitar yang biasa disebut dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Telah diatur didalam Undang-undang RI No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 dan UU No. 25 Tahun 2007 Pasal 15 Huruf (b) (Yunistiyani dan Tahar 2015).

Namun, kebanyakan perusahaan melakukan *earnings manajemen*. Hal ini memicu adanya konflik keagenan yang terjadi antara pihak *agent* dan *principal*. Perbedaan kepentingan juga terdapat di dalam perpajakan. Yang terjadi antara Wajib Pajak dengan pihak pemerintah (Hardika dalam Dewinta dan Setiawan, 2016). Perbedaan kepentingan ini mendorong adanya perlawanan pajak, salah satu bentuk perlawanan pajak yaitu penghindaran

pajak. Penghindaran pajak sering disebut dengan *tax avoidance* yaitu memanipulasi “*tax affairs*” yang tetap menaati ketentuan perpajakan (Suandry, E 2001: 8).

Penghindaran pajak memang sudah marak dilakukan. Seperti berita yang dilansir dari kompas.com tahun 2017 yang memberitakan bahwa Wakil Kepala Pusat Pelaporan Analisis dan Transaksi Keuangan (PPATK) telah menganalisis adanya tindak pidana pencucian uang yang dilakukan oleh nasabah Indonesia di *Standard Chartered Plc* yang sudah dilakukan sejak beberapa bulan yang lalu. Kasus ini diperkuat dengan adanya kabar laporan transfer dana dari Standard Chartered Bank Inggris sebesar USD1,4 miliar atau setara Rp18,9 triliun milik Warga Negara Indonesia (WNI) dari Guernsey ke Singapura. Hal ini memengaruhi penerimaan pajak Negara Indonesia.

Tabel 1 Persentase Realisasi Penerimaan Pajak
(dalam triliun rupiah)

Tahun	Target	Realisasi (Rp)	Realisasi(%)	Shortfall
2013	995,21	921,27	92,57	73,94
2014	1.072,37	981,83	91,56	90,54
2015	1.294,26	1.060,83	81,96	233,43
2016	1.355,20	1.105,81	81,60	249,39

Sumber : Laporan Kinerja Direktorat Jenderal Pajak 2016

Dari data diatas dapat kita lihat, pencapaian target pendapatan penerimaan pajak tidak pernah mencapai angka 100% karena hal itu dirasa sulit selama wajib pajak masih saja tidak patuh dan taat pada peraturan. Terutama untuk wajib pajak yang melakukan penghindaran pajak ataupun penggelapan pajak (Muftuchan dan Saputra, 2013).

RUMUSAN MASALAH

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap CSR ?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap CSR ?
3. Apakah beban iklan perusahaan berpengaruh terhadap CSR ?
4. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap penghindaran pajak?
5. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap penghindaran pajak?
6. Apakah beban iklan perusahaan berpengaruh terhadap penghindaran pajak?
7. Apakah CSR berpengaruh terhadap penghindaran pajak ?
8. Apakah karakteristik perusahaan dan beban iklan yang dimediasi dengan CSR berpengaruh terhadap penghindaran pajak.

2. KERANGKA TEORITIS DAN PENURUNAN HIPOTESIS

2.1 Kerangka Teoritis

2.1.1 Teori Legitimasi

Menurut Gray et al (1996:46) dalam Jessica dan Toly (2014) legitimasi merupakan suatu sistem perusahaan yang berpihak pada masyarakat, konsumen, individu, pemerintah dan kelompok masyarakat sebagai daya potensial atau sumber perusahaan untuk terus bertahan hidup.

2.1.2 Teori Stakeholder

Menurut Donaldson dan Preston (1995) dalam Muzakki dan Darsono, (2015) dalam stakeholder teori menyatakan bahwa kinerja sebuah

perusahaan dipengaruhi oleh semua stakeholder yang ada didalam organisasi, maka manajer harus memberikan timbal balik kepada seluruh stakeholder yang berpengaruh terhadap kemajuan organisasi.

2.1.3 Teori Keagenan

Menurut Jensen dan Meckling (1976) dalam Agustiniingsih, S (2017) teori agensi terjadi karena adanya konflik antara *agent* dan *principal*.

2.1.4 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan salah satu karakteristik perusahaan sebagai pengukuran kinerja perusahaan dan juga rasio utama di dalam suatu perusahaan.

2.1.5 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah nilai perusahaan yang dapat dikelompokan dalam beberapa kategori berdasarkan total asset, log size, dan sebagainya (Hormati dalam Marfu'ah, L 2015). Ukuran perusahaan diukur dengan rumus logaritma natural (\ln) dikali dengan total aset.

2.1.6 Beban Iklan

Beban iklan adalah beban dengan tujuan untuk memperkenalkan produk-produk perusahaan tersebut kepada masyarakat, kegiatan promosi serta untuk meningkatkan reputasi sebuah perusahaan.

2.1.7 Corporate Social Responsibility

CSR berasal dari teori legitimasi dan teori stakeholder (Wahyudi, D 2015). Teori Legitimasi digunakan untuk perusahaan bertahan hidup

dan Teori Stakeholder digunakan untuk peningkatan reputasi perusahaan.

2.1.8 Penghindaran Pajak

Penghindaran pajak adalah memanipulasi “tax affairs” yang tetap menaati ketentuan perpajakan (Suandry 2001: 8).

2.2 Penurunan Hipotesis

2.2.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*

Setiap perusahaan menginginkan profitabilitas yang tinggi. Dengan demikian maka pihak perusahaan juga akan melakukan pengungkapan kepada masyarakat di bagian CSR. Melihat pengungkapan tersebut, masyarakat akan yakin bahwa perusahaan tersebut dapat berkompetitif dengan perusahaan lainnya. Hal ini sesuai dengan Teori Kontrak Sosial dan sejalan dengan penelitian Putri, R (2017) dan Rindawati, M (2015) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap CSR. Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Profitabilitas berpengaruh terhadap CSR.

2.2.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*

Perusahaan yang besar akan selalu berusaha mengungkapkan tanggung jawabnya untuk publik dengan informasi yang lebih banyak dibandingkan perusahaan yang kecil. Dalam Putri, R (2017) mengungkapkan adanya teori agensi, sumber daya, politis, aktivitas

dan integrasi didalam bagian perusahaan. Dengan mengungkapkan CSR perusahaan dapat mengurangi biaya keagenan di dalam perusahaan. Menurut Rindawati, M (2015) dan Rifqiyah, R (2016) ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap indeks pengungkapan CSR. Sedangkan menurut penelitian Putri, R (2017) yang menghasilkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap CSR.

2.2.3 Pengaruh Beban Iklan terhadap *Corporate Social Responsibility*

Perusahaan menggunakan beban iklan sebagai sarana promosi memperkenalkan produk dari perusahaan tersebut agar para konsumen dapat tertarik dengan produk mereka. Semakin besar beban iklan yang dikeluarkan oleh perusahaan maka perusahaan tersebut akan dikenal oleh masyarakat. Agar memiliki reputasi yang baik, maka perusahaan harus melakukan pengungkapan CSR yang luas. Bertentangan dengan penelitian Leki dan Christiawan (2013) dan Kuncoro, R (2018) beban iklan tidak berpengaruh terhadap CSR. Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: Beban iklan berpengaruh terhadap CSR.

2.2.4 Pengaruh Profitabilitas terhadap Penghindaran Pajak

Profitabilitas yang tinggi adalah profitabilitas yang diinginkan oleh setiap perusahaan. Profitabilitas yang tinggi akan diikuti dengan

beban pajak yang besar pula. Menurut Suprapti, E (2017) menunjukkan hasil negatif. Berbeda lagi dengan penelitian Dewinta dan Setiawan (2016) yang menyatakan bahwa hubungan profitabilitas terhadap penghindaran pajak adalah hubungan signifikan positif. Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4 : Profitabilitas berpengaruh terhadap Penghindaran Pajak.

2.2.5 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Penghindaran Pajak

Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar laba yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Menurut penelitian Sugitha dan Supadmi (2016) hubungan antara ukuran perusahaan dengan penghindaran pajak adalah negatif signifikan. Sedangkan, penelitian Dewinta dan Setiawan (2016) menghasilkan hubungan positif. Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H5 : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Penghindaran Pajak.

2.2.6 Pengaruh Beban Iklan terhadap Penghindaran Pajak

Perusahaan yang menginginkan perusahaannya maju akan memerlukan biaya promosi termasuk didalamnya beban iklan. Beban iklan ini digunakan untuk menunjang reputasi perusahaan agar lebih dikenal oleh khalayak ramai. Dan pastinya diikuti dengan tindakan yang selalu berhati-hati dalam mengambil setiap keputusan. Sugitha dan Supadmi (2016) yang menghasilkan bahwa beban iklan berpengaruh positif signifikan terhadap penghindaran pajak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Fatmawati, O (2017) dan

Nguyen, A (2015). Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4 : Beban Iklan berpengaruh terhadap Penghindaran Pajak.

2.2.7 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Penghindaran Pajak

Dalam CSR perusahaan bertanggungjawab kepada para pemegang saham dan pemerintah. Tanggung jawab sosial kepada pemerintah dengan cara membayar pajak kepada negara. Pembayaran ini sebagai ganti atau ucapan terimakasih karena perusahaan telah menggunakan sumber daya milik negara. Semakin luas atau transparan pengungkapan CSR maka penghindaran pajak juga akan semakin kecil (Hoi, dkk, 2013). Menurut penelitian Maraya dan Yendrawati (2016) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR memiliki hubungan positif signifikan. Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H7 : CSR berpengaruh terhadap Penghindaran Pajak.

2.2.8 Pengaruh karakteristik perusahaan dan beban iklan terhadap penghindaran pajak dengan CSR sebagai variabel intervening

a. Pengaruh profitabilitas terhadap penghindaran pajak dengan CSR sebagai variabel intervening

Pengaruh profitabilitas terhadap penghindaran pajak juga dipengaruhi oleh CSR. Semakin tinggi profitabilitas dalam suatu perusahaan maka akan semakin luas juga pengungkapan yang

dilakukan. Tingginya profitabilitas akan menarik para investor untuk menanamkan modal dan menarik perhatian pemerintah untuk penilaian pembayaran pajak. Untuk itu, perusahaan haruslah berhati-hati dalam melakukan perencanaan pajak. Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H8a : Profitabilitas berpengaruh terhadap penghindaran pajak dengan CSR sebagai variabel intervening.

b. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap penghindaran pajak dengan CSR sebagai variabel intervening

Ukuran perusahaan dapat berpengaruh pada penghindaran pajak. Dimana, perusahaan yang berskala besar pastinya memiliki laba yang besar. Laba ini akan membuat beban pajak semakin besar dan mendorong adanya tindakan penghindaran pajak. Hubungan ukuran perusahaan dengan CSR adalah semakin besar skala perusahaan maka semakin luas tanggung jawabnya kepada sosial dan lingkungan. Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H8b : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap penghindaran pajak dengan CSR sebagai variabel intervening.

c. Pengaruh beban iklan terhadap penghindaran pajak dengan CSR sebagai variabel intervening

Hubungan beban iklan dengan penghindaran pajak adalah perusahaan yang menganggarkan beban iklan besar akan

meningkatkan reputasi perusahaan tersebut. Yang berdampak perusahaan akan dikenal oleh masyarakat hingga aparat pemerintahan. Hal ini membuat perusahaan untuk lebih berhati-hati dalam membuat keputusan untuk melakukan penghindaran pajak. Jadi, perusahaan yang memiliki beban iklan akan berpeluang kecil untuk melakukan penghindaran pajak. Dan melakukan pengungkapan CSR yang semakin luas. Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H8c : Beban Iklan berpengaruh terhadap penghindaran pajak dengan CSR sebagai variabel intervening.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Subjek atau Obyek Penelitian

Subjek atau Obyek penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015 hingga 2017.

3.2 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data sekunder.

3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan dengan metode purposive sampling, dengan kriteria:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2017 secara berturut-turut.

2. Perusahaan manufaktur yang mempublikasikan laporan keuangan auditan per 31 Desember serta laporan tahunan dari tahun 2015-2017 secara berturut-turut dan tersedia untuk publik.
3. Laporan keuangan perusahaan manufaktur harus menggunakan satuan mata uang rupiah agar tidak menimbulkan perbedaan kurs.
4. Perusahaan manufaktur yang memiliki laba positif selama periode 2015-2017.
5. Perusahaan manufaktur yang memiliki beban iklan di dalam laporan keuangan selama periode 2015-2017.
6. Perusahaan manufaktur yang mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan selama tahun 2015-2017.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode dokumentasi.

3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang memengaruhi variabel dependen. Variabel independen pada penelitian ini ada tiga, yaitu:

a. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dalam periode tertentu. Profitabilitas dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total Aset}}$$

b. Ukuran perusahaan

Ukuran biasa disebut juga dengan istilah skala dan diukur menggunakan logaritma natural (Ln). Ukuran perusahaan dirumuskan sebagai berikut adalah :

$$\text{SIZE} = \text{Ln} (\text{Total Aset})$$

c. Beban iklan

Beban iklan adalah kewajiban iklan yang harus dikeluarkan perusahaan untuk promosi. Rumus beban iklan adalah sebagai berikut :

$$\text{Beban Iklan} = \frac{\text{Beban Iklan yang dikeluarkan}}{\text{Penjualan}}$$

2. Variabel Dependen

Variabel dependen didalam penelitian ini adalah penghindaran pajak. Variabel ini memproksikan dengan *Effective Tax Rate* (ETR) dengan rumus:

$$\text{Cash ETR} = \frac{\text{PPh Terutang}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

3. Variabel Intervening

Variabel intervening biasa disebut dengan variabel mediasi/perantara. Variabel pada penelitian ini *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel intervening. Rumusnya adalah sebagai berikut :

$$\text{CSRI}_i = \frac{\sum X_{yi}}{ni}$$

3.6 Teknik Analisis

Untuk menguji hipotesis H1, H2, H3, H4, H5, H6, H7, H8a, H8b, dan H8c alat uji yang digunakan adalah path analysis (analisis jalur) dengan menggunakan program Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versi 15. Variabel intervening diterima jika nilai signifikansi pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan dan beban iklan terhadap CSR $< 0,05$ dan hasil dari perkalian standardize coefficient pengaruh tidak langsung \geq dari kuadrat standardize coefficient pengaruh langsung.

4. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)

4.1.1 Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinan 1

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,406	,165	,140

Sumber: Hasil olah data SPSS 15.0

Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai adjusted R Square sebesar 0.140, yang berarti 14% variabel CSR dapat dijelaskan oleh tiga variabel independen, yaitu: profitabilitas, ukuran perusahaan dan beban iklan. Sedangkan, 86% (100%-14%) dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian.

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinan 2

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,362	,131	,097

Sumber: Hasil olah data SPSS 15.0

Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai adjusted R Square sebesar 0.097, yang berarti 9.7% variabel penghindaran pajak dapat dijelaskan oleh

empat variabel independen, yaitu: profitabilitas, ukuran perusahaan, beban iklan dan CSR. Sedangkan, 90.3% (100%-9.7%) dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian.

4.1.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda 1

Model	Standardized Coefficients	Sig.	Kesimpulan
	Beta		
(Constant)		,037	
Profitabilitas	,002	,988	Ditolak
Ukuran Perusahaan	,407	,000	Diterima
Beban Iklan	-,070	,501	Ditolak

Sumber: Hasil olah data SPSS 15.0

Berdasarkan tabel 4 menghasilkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut, $CSR = 0.002P + 0.407U - 0.070B + \epsilon$

Tabel 5. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda 2

Model	Standardized Coefficients	Sig.	Kesimpulan
	Beta		
(Constant)		,002	
Profitabilitas	-,397	,000	Diterima
Ukuran Perusahaan	,053	,604	Ditolak
Beban Iklan	,219	,043	Diterima
CSR	,039	,702	Ditolak

Sumber: Hasil olah data SPSS 15.

Berdasarkan tabel 5 menghasilkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut, $PP = -0.397P + 0.053U + 0.219B + 0.039CSR + \epsilon$

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linier berganda tersebut diketahui bahwa CSR bukan merupakan variabel intervening yang memediasi profitabilitas terhadap penghindaran pajak. CSR merupakan variabel intervening yang memediasi ukuran perusahaan

terhadap penghindaran pajak, karena hasil dari $(\rho_2 * \rho_7)$ atau $(0,407 * 0,039)$ adalah 0,015873 sedangkan hasil dari ρ_5^2 yaitu $(0,053)^2$ adalah 0,002809 sehingga $(\rho_2 * \rho_7) \geq \rho_5^2$. Dan CSR bukan merupakan variabel intervening yang memediasi beban iklan terhadap penghindaran pajak.

4.2 Pembahasan

1. Profitabilitas terhadap CSR

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR. Hal ini dikarenakan CSR memang sangat penting bagi perusahaan yang berfungsi untuk meningkatkan reputasi perusahaan. Namun, sebesar apapun profitabilitas yang didapatkan tidak akan meningkatkan CSR (Herusetya, 2012 dalam Adiyani, 2017). Artinya, bagaimanapun kondisi profitabilitas perusahaan harus tetap mengungkapkan CSR karena hal tersebut telah diatur di dalam Undang-undang serta merupakan perwujudan dari teori legitimasi yang akan menciptakan hubungan baik antara masyarakat, lingkungan dengan perusahaan.

2. Ukuran Perusahaan terhadap CSR

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap CSR. Hal ini disebabkan oleh semakin besar perusahaan maka akan semakin luas CSR yang diungkapkan di laporan tahunan. Pengungkapan tersebut bukan hanya

untuk masyarakat, namun juga sebagai sumber informasi untuk para pemegang saham dan pemilik modal.

3. Beban Iklan terhadap CSR

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa beban iklan tidak berpengaruh terhadap CSR. Hal ini disebabkan oleh pelaksanaan CSR di Indonesia digunakan untuk menghindari konflik antara perusahaan dengan masyarakat dan pemerintah atas dampak negatif yang dimunculkan oleh perusahaan yang merugikan masyarakat dan pemerintah.

4. Profitabilitas terhadap Penghindaran Pajak

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak. Hal ini disebabkan oleh perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi memiliki laba yang besar pula yang dipastikan mampu untuk membayar pajak. Penelitian ini memperkuat bahwa semakin tinggi profitabilitas yang dimiliki sebuah perusahaan maka akan semakin rendah kegiatan penghindaran pajak.

5. Ukuran Perusahaan terhadap Penghindaran Pajak

Berdasarkan hasil hipotesis menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Hal ini disebabkan oleh besar kecilnya ukuran perusahaan tidak mempengaruhi tindakan penghindaran pajak. Hal ini disebabkan oleh tidak ada perusahaan

yang rela melakukan pembayaran pajak, karena pembayaran pajak dianggap tidak menguntungkan bagi perusahaan.

6. Beban Iklan terhadap Penghindaran Pajak

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa beban iklan berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak. Hal ini disebabkan oleh Perusahaan yang memiliki beban iklan yang tinggi dapat dipastikan bahwa perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang besar. Artinya, perusahaan tersebut telah dikenal dan memiliki tingkat reputasi yang tinggi. Tingginya reputasi, membuat perusahaan harus berfikir berulang kali untuk melakukan penghindaran pajak, karena dapat merusak citra perusahaan, sehingga masyarakat tidak akan tertarik lagi dengan perusahaan tersebut.

7. CSR terhadap Penghindaran Pajak

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Hal ini disebabkan oleh hubungan antara CSR terhadap penghindaran pajak hanya berdasarkan penilaian yang dilakukan berdasarkan laporan tahunan saja, sedangkan kita tidak mengetahui kebenarannya, apakah memang benar dilakukan atau tidak. Serta, penilaian indikator-indikator ini berdasarkan pada subjektivitas peneliti, mungkin beda peneliti akan berbeda pula hasilnya. Sehingga, CSR tidak dapat dijadikan sebagai dasar penilaian terhadap kegiatan penghindaran pajak.

8. Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan dan beban iklan terhadap penghindaran pajak dengan CSR sebagai variabel intervening

a. Profitabilitas terhadap penghindaran pajak dengan CSR sebagai variabel intervening

Berdasarkan hasil pengujian tabel, diketahui bahwa CSR bukanlah variabel intervening antara profitabilitas dengan penghindaran pajak. Hal ini dikarenakan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR dan CSR tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak, meskipun profitabilitas berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak.

b. Ukuran perusahaan terhadap penghindaran pajak dengan CSR sebagai variabel intervening

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa CSR merupakan variabel intervening antara ukuran perusahaan dengan penghindaran pajak. Hal ini dikarenakan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap CSR, meskipun ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada penghindaran pajak. Ukuran perusahaan yang besar dapat dipastikan memiliki dana lebih untuk melakukan pengungkapan CSR, dana yang telah digunakan ini dapat meningkatkan tindakan penghindaran pajak, karena perusahaan sudah terlanjur menggunakan dana tersebut untuk pengungkapan CSR.

- c. Beban Iklan terhadap penghindaran pajak dengan CSR sebagai variabel intervening

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa CSR bukanlah variabel intervening antara beban iklan dengan penghindaran pajak. Hal ini dikarenakan beban iklan tidak berpengaruh terhadap CSR dan CSR tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak, meskipun beban iklan berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak.

5. Simpulan

- a. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur tahun 2015-2017.
- b. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur tahun 2015-2017.
- c. Beban iklan tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur tahun 2015-2017.
- d. Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak pada perusahaan manufaktur tahun 2015-2017.
- e. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak pada perusahaan manufaktur tahun 2015-2017.
- f. Beban iklan berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak pada perusahaan manufaktur tahun 2015-2017.
- g. *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh pada penghindaran pajak pada perusahaan manufaktur tahun 2015-2017.

- h. *Corporate Social Responsibility* bukan merupakan variabel intervening yang memediasi profitabilitas terhadap penghindaran pajak pada perusahaan manufaktur tahun 2015-2017.
- i. *Corporate Social Responsibility* merupakan variabel intervening yang memediasi ukuran perusahaan terhadap penghindaran pajak pada perusahaan manufaktur tahun 2015-2017.
- j. *Corporate Social Responsibility* bukan merupakan variabel intervening yang memediasi beban iklan terhadap penghindaran pajak pada perusahaan manufaktur tahun 2015-2017.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyani, Novita, 2017, “Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak dengan CSR sebagai Variabel Intervening”, Jurnal Universitas Pamulang.
- Agustiningih, Sheyla A, 2017, “Pengaruh Karakter Eksekutif, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Tax Avoidance dengan Leverage sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016)”, Skripsi Universitas muhammadiyah Yogyakarta.
- Annisa, 2017, “Pengaruh Return On Asset, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Koneksi Politik terhadap Penghindaran Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Periode Tahun 2012-2015)” JOM Fekon, Vol. 4 No.1 (Februari) 2017.
- Annisa, N. A., & Kurniasih, L, 2012, “Pengaruh Corporate Governance terhadap Tax Avoidance”, *Jurnal Akuntansi & Auditing*, Vol. 8.
- Cahyono, dkk, 2016, “Pengaruh Komite Audit, Kepemilikan Institusional, Dewan Komisaris, Ukuran Perusahaan (Size), Leverage (Der) dan Profitabilitas (Roa) terhadap Tindakan Penghindaran Pajak (Tax Avoidance) pada Perusahaan Perbankan yang Listing BEI Periode Tahun 2011 – 2013”, *Journal Of Accounting*, Volume 2 No.2 Maret 2016.

- Darmadi, Iqbal Nul Hakim, 2013, “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Manajemen Pajak dengan Indikator Tarif Pajak Efektif”, Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang.
- Dewinta, Ida Ayu Rosa dan Putu Ery Setiawan, 2016, “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Tax Avoidance”, *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* Vol.14.3. Maret (2016): 1584-1613 ISSN: 2302-8556.
- Dowling, Grahame R, 2013, “The Curious Case of Corporate Tax Avoidance: Is it Socially Irresponsi”, *Journal of Business Ethics*, Vol. 124, No. 1 (September 2014), pp. 173-184.
- Dyrenge, dkk, 2008, “Long-Run Corporate Tax Avoidance”, *The Accounting Review* Vol. 83, No. 1 2008 Pp. 61–82.
- Fatmawati, Octivia R, 2017, “Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Beban Iklan terhadap Tindakan Penghindaran Pajak pada Perusahaan Manufaktur”, *Jurnal Substansi*, Volume 1 Nomor 1, 2017.
- Gallemlere, dkk, 2013, “The Reputational Costs of Tax Avoidance”, *Contemporary Accounting Research* Vol.31 No 4.
- Hanum, Hashemi Rodhian dan Zulaikha, 2013, “Pengaruh Karakteristik Corporate Governance terhadap Effective Tax Rate (ETR)”, Skripsi Universitas Diponegoro Semarang.
- Hidayat, Wastam Wahyu, 2018 “Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Penghindaran Pajak: Studi Kasus Perusahaan Manufaktur di Indonesia” *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 19 – 26.
- Hoi, dkk, 2013, “*Is Corporate Social Responsibility (CSR) Associated with Tax Avoidance? Evidence from Irresponsible CSR Activities*”, *Journal American Accounting Association*.
- Jessica dan Agus Arianto Toly, 2014, “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak”, *Tax & Accounting Review*, Vol. 4, No.1, 2014.
- Kuncoro, Ragil, 2018, “Perencanaan Pajak untuk Biaya CSR dengan Menggunakan Pendekatan Savant”, Seminar Nasional I Universitas Pamulang Program Studi D3 Akuntansi Aula Rektorat, 13 Desember 2018 ISSN : 977 25993430 04.
- Kurniasih, Tommy dan Maria M. Ratna Sari, 2013, “Pengaruh Return On Assets, Leverage, Corporate Governance, Ukuran Perusahaan dan Kompensasi Rugi Fiskal pada Tax Avoidance”, *Buletin Studi Ekonomi Universitas Udayana*, ISSN 1410-4628.

- Leki, Rambu dan Y Jogi Christiawan, 2013, “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Penjualan dan Biaya Operasional Perusahaan di Bursa Efek Indonesia Tahun 2007-2011”, *Journal Business Accounting Review*, Vol.1, No. 2.
- Maiyarni, dkk, 2014, “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas dan *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan LQ-45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2012”, *Jurnal Cakrawala Akuntansi* Vol. 6 No. 1 ISSN 1979-4851.
- Maraya, Amila Dyan dan Reni Yendrawati, 2016, “Pengaruh *Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap *Tax Avoidance* : Studi Empiris pada Perusahaan Tambang dan CPO”, *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia* Vol. 20 No. 2, Desember 2016.
- Marfu’ah, L, 2015, “Pengaruh *Return On Asset*, *Leverage*, Ukuran Perusahaan Kompensasi Rugi Fiskal dan Koneksi Politik Terhadap *Tax Avoidance*” Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Muzakki, Muadz Rizki dan Darsono, 2015, “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Capital Intensity* terhadap Penghindaran Pajak”, *Diponegoro Journal of Accounting* Vol. 4 No. 3 ISSN (Online): 2337-3806.
- Nazaruddin, Ietje dan Agus Tri Basuki, 2016, *Analisis Statistik dengan SPSS*, Edisi Pertama, Cetakan Kedua, Danisa Media: Yogyakarta.
- Nguyen, Amanda, 2015, “*Product Market Advertising and Corporate Tax Aggressiveness*” Australia., Monash University.
- Pradnyani dan Sisdyani, 2015, “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Dewan Komisaris pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 11.2 (2015):384-397 ISSN: 2302-8556.
- Putri, Rindu K, 2017, “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, *Likuiditas*, Dan Basis Kepemilikan Terhadap *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2012-2014”, *JOM Fekon* Vol.4 No.1 Februari 2017.
- Rachmithasari, A, 2015, “Pengaruh *Return On Assets*, *Leverage*, *Corporate Governance*, Ukuran Perusahaan dan Kompensasi Rugi Fiskal pada *Tax Avoidance* (Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)”, Naskah Publikasi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Rifqiyah, Rina, 2016, “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*”, Artikel ilmiah 2016.

- Rindawati, Meita, 2015, "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Dan Kepemilikan Publik Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*", Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi Vol.4 No.6
- Rini, Diah Mustika, Lilik Handajani dan Elin Erlina Sasanti, 2015, "Agresivitas Pajak pada Perusahaan Publik Indonesia yang Melakukan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*". Makalah Disampaikan dalam Simposium Nasional Akuntansi XVIII di Medan.
- Rusydi, M, 2013, "Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Aggressive Tax Avoidance* di Indonesia", Jurnal Akuntansi Multiparadigma Vol. 4 No. 2 Hal: 165-329.
- Santoso, Titus dan Dul Muid, 2014, "Pengaruh Corporate Governance Terhadap Penghindaran Pajak Perusahaan", *Diponegoro Journal Of Accounting* Volume 3, Nomor 4, Tahun 2014, Halaman 1 ISSN (Online): 2337-3806.
- Sari, Rizkia A, 2012, "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia" , Jurnal Nominal Vol.1 No.1
- Sha, Thio, 2014, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas dan *Leverage* terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI", Jurnal Akuntansi Vol. XVIII No. 01 Hal: 86-98.
- Siregar, Rifka dan Dini Widyawati, 2016, "Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Penghindaran Pajak pada Perusahaan Manufaktur Di BEI", *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* : Volume 5, Nomor 2, Februari 2016 ISSN : 2460-0585.
- Suandry, Erly, 2001, *Perencanaan Pajak*, Edisi Pertama, Jilid Satu, Salemba Empat, Jakarta.
- Subiantoro, O, 2015, "Pengaruh karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*", Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi Vol. 4 No. 9.
- Sugitha, I Made Yogi Pradnyana dan Ni Luh Supadmi, 2015, "Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Beban Iklan pada Tindakan Penghindaran Pajak", *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* Vol.17.2. November (2016): 1311-1341 ISSN: 2302-8556.
- Sumaryono, A, 2017, "Pengaruh *Size*, Profitabilitas dan *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*" Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi Vol. 6 No. 8 ISSN : 2460-0585.
- Suprapti, Eny, 2017, "Pengaruh tekanan Keuangan terhadap Penghindaran Pajak", *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan* Vol. 7 No.2. Oktober 2017 Pp 1013-1022 ISSN: 2088-0685.

- Sutiyok dan Evi Rahmawati, 2014, “ Pengaruh Mekanisme *Corporate Governance* terhadap Tingkat Kepatuhan *Mandatory Disclosure* Konvergensi IFRS di Perbankan”, *Jurnal Akuntansi dan Investasi*, Vol. 15, No. 2, Juli-Desember 2014.
- Tjondro, E, 2016, “Kualitas *Corporate Social Responsibility* dan Penghindaran Pajak dengan Kinerja Laba Sebagai Moderator”, *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 18, No. 2, November 2016, 105-118 DOI: 10.9744/jak.18.2.105-118 ISSN 1411-0288 print / ISSN 2338-8137 online.
- Wahyudi, Dudi, 2015, “Analisis Empiris Pengaruh Aktifitas *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Penghindaran Pajak di Indonesia” *Proceeding Pertemuan Ilmiah Tahunan (PIT) Nasional ke - 2 Ikatan Widyaiswara Indonesia (IWI) Provinsi Banten Pandeglang*”.
- Watson, Luke, 2014, “*Corporate Social Responsibility, Tax Avoidance, and Earnings Performance*”, *Journal of the American Taxation Association*.
- Yee, dkk, 2018, “Tax Avoidance, *Corporate Governance* and Firm Value in The Digital Era”, *Journal of Accounting and Investment*, 19(2), 160-175.
- Yoehana, M, 2013, “Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak” Skripsi, Universitas Diponegoro.
- Yunistiyani, Vina dan Afrizal Tahar, 2015, “Analisis Hubungan *Corporate Social Responsibility* dan Agresivitas Pelaporan Keuangan terhadap Agresivitas Pajak dengan *Good Corporate Governance* sebagai Variabel Pemoderasi”, *Jurnal Ilmiah Akuntansi* Vol. 2 No. 1 Hal: 01-31.