

PENGARUH *TAX PLANNING* DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* TERHADAP MANAJEMEN LABA PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2012-2016

SKRIPSI

OLEH:

**ILHAM SENTOSA
168330211**



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2019**

PENGARUH *TAX PLANNING* DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* TERHADAP MANAJEMEN LABA PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2012-2016

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk
Memperoleh Gelar Sarjana di Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas
Medan Area

OLEH:

**ILHAM SENTOSA
168330211**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2019**

LEMBAR ORISINALITAS

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya serta jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila kemudian hari ditentukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 09 Mei 2019



Ilham Sentosa

168330211

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR/SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ilham Sentosa

NPM : 168330211

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Jenis Karya : Skripsi

demikian demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : Pengaruh *Tax Planning* dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2012-2016 beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

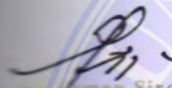
Di buat di Medan
Pada Tanggal : 09 mei 2019
Yang menyatakan

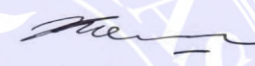
(Ilham Sentosa)

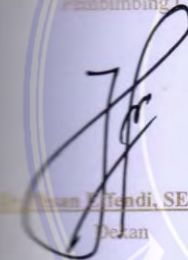
LEMBAR PENGESAHAN

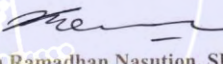
: Pengaruh *Tax Planning* dan *Corporate Social Responsibility*
(*CSR*) Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan
Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2012-2016
: ILHAM SENTOSA
: 16 833 0211
: Akuntansi
: Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing


Siregar, M.Si
Pembimbing I


Ilham Ramadhan Nasution, SE., Ak., M.Si., CA
Pembimbing II


Hendi, SE., M.Si
Dean


Ilham Ramadhan Nasution, SE., Ak., M.Si., CA
Ka. Prodi Akuntansi

Disetujui Lulus : 25 April 2019

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Tax Planning* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Manajemen Laba. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012 sampai 2016 yang berjumlah 123 perusahaan. Dengan menetapkan beberapa kriteria, maka diperoleh sampel sebanyak 20 perusahaan dikalikan dengan lima tahun menjadi 100 data laporan keuangan dan teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil analisis dengan menggunakan regresi linier berganda menunjukkan bahwa *Tax Planning* berpengaruh terhadap Manajemen Laba, sedangkan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap Manajemen Laba.

Kata Kunci : *Tax Planning, Corporate Social Responsibility, Manajemen Laba*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Tax Planning and Corporate Social Responsibility on Earning Management. This research was conducted at manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange. This type of research is quantitative research, the population in this study are manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the period of 2012 to 2016, amounting to 123 companies. By setting a number of criteria, a sample of 20 companies is multiplied by five years to 100 financial report data and the sampling technique is done by purposive sampling method. The type of data in this study is quantitative data. The analysis technique used is multiple linear regression. The results of the analysis using multiple linear regression indicate that Tax Planning has an effect on Earning Management, while Corporate Social Responsibility has no effect on Earnings Management.

Keyword : Tax Planning, Corporate Social Responsibility, Earning Management

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr. wb.

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang karena berkat ridho-Nya penulis mendapatkan kemudahan dan kekuatan sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Tax Planning* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2012-2016”**.

Skripsi ini merupakan rangkaian proses panjang yang penulis lalui untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Akuntansi pada Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area. Dalam penulisan skripsi ini penulis tidak terlepas dari bimbingan, arahan serta bantuan dari berbagai pihak sehingga proses penyelesaian skripsi ini dapat penulis lalui dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Ibu tercinta Masanawati dan Ayah tercinta Wantemas atas doa, nasihat, dan kasih sayang kepada penulis.
2. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Sc., M.Eng. selaku Rektor Universitas Medan Area.
3. Bapak Dr. H. Ihsan Efendi, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
4. Bapak Hery Syahril, SE, M.Si selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
5. Bapak Ir. M. Yamin Siregar, MM selaku Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
6. Bapak Ilham Ramadhan Nst, SE, Ak, M.Si, CA selaku Ketua Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area
7. Bapak Drs. Ali Usman Siregar, M.Si dan bapak Ilham Ramadhan Nst, SE, Ak, M.Si, CA selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membantu penulis selama proses penyelesaian penulisan skripsi ini.
8. Ibu Dra. Hj. Retnawati Siregar, M.Si dan Ibu Sari Nuzullina Rahmadani, SE, Ak, M.Acc selaku Ketua dan Sekretaris dalam kegiatan siding penulis.

9. Bapak Ir. Tohap Parulian, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik selama penulis menempuh studi di Universitas Medan Area.
10. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area yang telah memberikan pengetahuan dan bimbingan kepada penulis selama menempuh studi di Universitas Medan Area
11. Adik-adikku (Nanda dan Yaya), serta saudara sepupu yang selalu memberi semangatnya.
12. Semua sahabat yang telah banyak membantu memberi semangat, dukungan, dan juga saran.
13. Seluruh staf akademik Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area yang telah memberikan pelayanan akademik dengan ramah dan baik.
14. Semua pihak yang ikut andil dalam penyelesaian skripsi ini

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya. Akhirnya penulis mohon maaf atas segala kekurangan dan kesalahan baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja.

Medan, April 2016

Ilham Sentosa

168330211

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Teori - teori	7
2.1.1 Tax Planning	7
2.1.2 Corporate Respon Responsibility (CSR)	15
2.1.3 Manajemen laba	21
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Konseptual	25
BAB III METODELOGI PENELITIAN	27
3.1 Jenis, Lokasi, Waktu dan Objek Penelitian	27
3.2 Populasi dan Pengumpulan Sampel	29
3.3 Definisi Operasional Variabel	30
3.4 Jenis dan Sumber Data	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data	34
3.6 Teknik Analisis Data	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Umum Penelitian	41
4.2 Hasil Uji Analisis Data Penelitian	43
4.2.1 Statistik Deskriptif	43
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	46
4.2.3 Uji Ketetapan Model	54

4.2.4 Hasil Uji Regresi	55
4.2.5 Hasil Uji Hipotesis.....	57
4.3 Pembahasan.....	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	67



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3.1 Rincian Jadwal Penelitian.....	28
Tabel 3.2 Tabel Operasional Variabel.....	31
Tabel 3.3 Indikator Indeks Item CSR.....	33
Tabel 4.1 Hasil Penentuan Sampel.....	42
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif.....	44
Tabel 4.3 Hasil Uji <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	47
Tabel 4.4 Hasil Uji Hasil Uji <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i> Setelah Transformasi dan Pengurangan Data <i>Outlier</i>	48
Tabel 4.5 Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Uji <i>Glejser</i>	51
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolonieritas Berdasarkan Nilai Korelasi Variabel Independen.....	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolonieritas Berdasarkan Nilai VIF dan Tolerance.....	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Autokorelasi.....	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	55
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi.....	56
Tabel 4.11 Hasil Uji Hipotesis.....	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	26
Gambar 4.1 Grafik Histogram.....	49
Gambar 4.2 Grafik Normal P-Plot	50
Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Grafik Scatterplot.....	51



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan didirikan dengan tujuan untuk memperoleh laba sebanyak banyaknya. Pemilik biasanya menyerahkan sumber daya perusahaan yang ada untuk dikelola oleh manajemen. Manajemen tersebut nantinya bertanggung jawab kepada pemilik untuk melaporkan kegiatan pengelolaan sumber daya perusahaan melalui sebuah laporan keuangan. Laporan keuangan tersebut mencerminkan hasil kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Di dalam perusahaan, menurut Sumomba et al (2010) manajemen sebagai pihak internal perusahaan memiliki kepentingan melakukan upaya untuk meningkatkan kualitas laba. Kualitas laba perlu diperhatikan karena laba merupakan parameter penting yang digunakan untuk mengukur kinerja manajemen. Pada praktiknya terdapat beberapa pihak yang memiliki kepentingan berbeda di dalam sebuah perusahaan, seperti pemilik perusahaan, manajemen, maupun pemerintah. Pemilik perusahaan berkepentingan terhadap perkembangan modal yang ditanam, sementara pihak manajemen berkepentingan atas bonus (reward) yang akan diperolehnya Dista (2012). Manajemen melakukan manajemen laba untuk mencapai tujuan tersebut. Selain itu pemerintah juga berkepentingan terhadap perusahaan atas pajak yang akan dipungut.

Salah satu fenomena manajemen laba yang pernah terjadi adalah yang dilakukan oleh PT Toshiba. Pimpinan puncak PT Toshiba Corporation terlibat secara "sistematis" dalam skandal penggelembungan keuntungan perusahaan

sebesar 1,2 miliar dollar AS selama beberapa tahun (Kompas.com 2015). Berdasarkan hasil investigasi, diketahui tindakan pengelembungan laba tersebut dilakukan karena PT Toshiba telah gagal mencapai target keuntungan ditambah lagi krisis global yang melanda pada waktu itu. Tindakan pengelembungan laba tersebut membuat CEO Hisao Tanaka memutuskan untuk mengundurkan diri, selain itu nama Toshiba juga dihapus dari indeks saham dan penurunan penjualan yang signifikan (Integrity-Indonesia.com, 14 September 2017).

Dari kasus tersebut dapat disimpulkan bahwa tindakan manajemen laba pada akhirnya merugikan perusahaan itu sendiri di masa depan. Salah satu faktor penyebab adanya praktik manajemen laba di dalam perusahaan menurut teori agensi adalah karena terdapat perbedaan kepentingan antara pihak yang terkait (pemilik perusahaan, manajemen, dan pemerintah). Selain faktor tersebut, manajemen laba juga bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor pertama yaitu *tax planning* (perencanaan pajak). *Tax planning* (perencanaan pajak) ini muncul karena adanya perbedaan kepentingan antara perusahaan dengan pemerintah. Adapun *tax planning* adalah proses mengorganisasi usaha wajib pajak orang pribadi ataupun badan usaha sedemikian rupa dengan memanfaatkan berbagai celah kemungkinan yang dapat ditempuh oleh perusahaan dalam koridor ketentuan peraturan perpajakan yang berlaku agar perusahaan dapat membayar pajak dalam jumlah minimum, secara garis besar perencanaan pajak adalah proses mengorganisasi usaha wajib pajak atau kelompok wajib pajak sedemikian rupa sehingga utang pajaknya, baik pajak penghasilan maupun pajak-pajak lainnya, berada dalam posisi yang paling

minimal, sepanjang hal itu dimungkinkan oleh ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan ataupun secara komersial Pohan (2018). Hubungan antara perencanaan pajak dengan tindakan manajemen laba yakni dengan adanya perencanaan pajak, maka perusahaan cenderung akan melakukan manajemen laba Yusrianti (2015).

Manajemen laba tersebut dilakukan untuk meminimalisasi laba sebagai penentu besarnya pajak yang harus dibayar kepada pemerintah. Penelitian yang dilakukan Ulfah (2012), Khotimah (2014), Astutik (2016), dan Santana et al (2016) menyatakan bahwa *tax planning* (perencanaan pajak) memiliki pengaruh positif, semakin tinggi perencanaan pajak maka semakin besar peluang perusahaan melakukan praktek manajemen laba. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Aditama (2013), dan Yusrianti (2015) bahwa *tax planning* perencanaan pajak tidak berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

Faktor kedua yang bisa mempengaruhi manajemen laba adalah Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam menjalankan usahanya, perusahaan memiliki tanggung jawab eksternal berupa *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial. Kegiatan CSR ini merupakan kewajiban perusahaan yang diatur dalam undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas dan peraturan pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan yang melakukan kegiatan CSR dan mengungkapkannya dalam laporan keuangan memperoleh manfaat berupa citra positif dari masyarakat maupun investor. Citra positif dari kegiatan dan pelaporan CSR tersebut dapat menjadi peluang

bagi manajemen untuk melakukan tindakan manajemen laba karena secara tidak langsung investor maupun pengguna laporan keuangan lainnya telah memberikan penilaian yang baik pada perusahaan. Sejalan dengan pernyataan Kusuma et al (2014), kegiatan CSR ini dimanfaatkan manajemen sebagai tameng atau strategi mempertahankan diri (*entrenchment strategy*) dari tindakannya dalam mengelola laba perusahaan agar reputasi perusahaan tetap terjaga baik dan melindungi karir manajer secara pribadi.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fauziah (2013), Suryani (2014), dan Prawitaningrum (2015) menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba. Hasil berbeda ditemukan pada penelitian yang dilakukan oleh Ricardo et al (2015), dan Prasetya et al (2015), yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh negatif pada manajemen laba. Penelitian terdahulu tentang manajemen laba dan faktor yang mempengaruhinya pernah dilakukan oleh Suryani (2014) dengan judul Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Koefisien Laba dan Manajemen Laba. Pada penelitian ini ditambahkan variabel *tax planning*.

Berdasarkan ketidakkonsistenan hasil penelitian (*research gap*) yang ada dan perbedaan dengan penelitian sebelumnya, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang “**Pengaruh Tax Planning dan CSR (Corporate Social Responsibility) terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)**”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka rumusan masalah

penelitian adalah:

1. Apakah *tax planning* berpengaruh terhadap manajemen laba pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016?
2. Apakah CSR (*Corporate Social Responsibility*) berpengaruh terhadap manajemen laba pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah *tax planning* berpengaruh terhadap manajemen laba pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016.
2. Untuk mengetahui apakah CSR (*Corporate Social Responsibility*) berpengaruh terhadap manajemen laba pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. **Bagi Penulis**, untuk memperoleh gambaran dan pengetahuan praktis mengenai ilmu dan teori yang diperoleh dari perkuliahan dengan penerapan yang aktual pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. **Bagi Perusahaan**, penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan pertimbangan pihak manajemen perusahaan dalam melakukan penghindaran pajak yang benar dan efisien tanpa melanggar peraturan undang-undang yang berlaku.

3. **Bagi Pihak Lain**, yakni sebagai bahan referensi bagi penulis lainnya dalam melakukan penelitian.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori - teori

2.1.1 *Tax Planning*

2.1.1.1 Definisi dan Unsur Pajak

Ada beberapa definisi pajak yang dikemukakan oleh para ahli, diantaranya adalah sebagai berikut:

Definisi pajak menurut Prof. Dr. Rochmat Soemitro, SH dalam Mardiasmo (2011) ;“Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontrapestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum”.

Definisi pajak menurut Prof. Dr. PJA Andriani dalam Bouty (2010) ;“Pajak adalah iuran kepada Negara, yang dapat dipaksakan dan terhutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan, dengan tidak mendapat prestasi kembali, yang langsung dapat ditunjuk, dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran umum berhubungan dengan tugas negara untuk menyelenggarakan pemerintahan”.

Definisi pajak menurut Undang Undang Nomor 28 Tahun 2007 ;“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 definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pajak

memiliki beberapa unsur Mardiasmo (2011), yaitu:

- 1) Yang berhak memungut pajak hanyalah negara. Iuran tersebut berupa uang (bukan barang).
- 2) Pajak dipungut berdasarkan atau dengan kekuatan undang-undang serta aturan pelaksanaannya.
- 3) Dalam pembayaran pajak tidak dapat ditunjukkan adanya kontraprestasi individual secara langsung oleh pemerintah.
- 4) Digunakan untuk membiayai rumah tangga negara, yakni pengeuaran-pengeluaran yang bermanfaat bagi masyarakat luas.

2.1.1.2 Fungsi Pajak

Ada dua fungsi pajak menurut Mardiasmo (2011), yaitu fungsi *budgetair* dan fungsi *regulerend*.

- 1) Fungsi *budgetair*. Pajak sebagai sumber dana bagi pemerintah untuk membiayai pengeluaran-pengeluarannya.
- 2) Fungsi mengatur (*regulerend*). Pajak sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi.

2.1.1.3 Sistem Pemungutan Pajak

Menurut Mardiasmo (2011) sistem pemungutan pajak diklasifikasikan menjadi tiga bentuk, yaitu *official assessment system*, *self assessment system* dan *with holding system*.

- 1) *Official Assessment System* adalah suatu sistem pemungutan yang memberi wewenang kepada pemerintah (fiskus) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh Wajib Pajak.
- 2) *Self Assessment System* adalah suatu sistem pemungutan pajak yang

memberi wewenang kepada Wajib Pajak untuk menentukan sendiri besarnya pajak terutang.

- 3) *With Holding System* adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pihak ketiga (bukan fiskus dan bukan Wajib Pajak yang bersangkutan) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh Wajib Pajak.

2.1.1.4 Definisi *Tax Planning*

Menurut Suandy (2008) “Perencanaan pajak adalah langkah awal dalam manajemen pajak, dimana dalam tahap ini dilakukan penelitian dan pengumpulan ketentuan peraturan perpajakan, dengan maksud dapat diseleksi jenis tindakan penghematan pajak yang akan dilakukan.” Perencanaan perpajakan umumnya selalu dimulai dengan meyakinkan apakah suatu transaksi atau fenomena terkena pajak. Kalau fenomena tersebut terkena pajak, apakah dapat diupayakan untuk dikecualikan atau dikurangi jumlahnya, selanjutnya apakah pembayaran pajak yang dimaksud dapat ditunda pembayarannya dan lain sebagainya. Dalam perencanaan pajak terdapat aspek formal dan material yang harus diperhatikan. Aspek formal yaitu aspek dimana seorang Wajib Pajak melaksanakan kewajibannya dalam perpajakan seperti kewajiban mendaftarkan diri untuk memperoleh NPWP, menyelenggarakan pembukuan, membayar pajak, menyampaikan Surat Pemberitahuan, dan melunasi pajak. Sedangkan aspek material adalah aspek yang meliputi tindakan yang dilakukan oleh Wajib Pajak dalam rangka mengoptimisasi alokasi sumber dana manajemen untuk merencanakan pembayaran pajak

yang tidak lebih dan tidak kurang. Pembayaran pajak yang lebih dapat mengurangi optimalisasi alokasi sumber daya dan pembayaran pajak yang kurang dapat menyebabkan sanksi administratif dan hal itu merupakan pemborosan. Ada tiga hal yang harus diperhatikan dalam suatu perencanaan pajak, yaitu :

1. Tidak melanggar ketentuan perpajakan. Apabila suatu perencanaan pajak ingin dipaksakan dengan melanggar ketentuan perpajakan, buat wajib Pajak merupakan resiko (*tax risk*) yang berbahaya dan mengancam keberhasilan perencanaan pajak. Karena itu, sebaiknya wajib Pajak menghindari hal tersebut karena dapat sangat merugikan Wajib Pajak sendiri.
2. Secara bisnis masuk akal, karena perencanaan pajak yang dibuat merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari perencanaan menyeluruh (*global strategy*) perusahaan baik jangka panjang maupun jangka pendek, maka perencanaan pajak yang tidak masuk akal akan memperlemah perencanaan itu sendiri.
3. Bukti-bukti pendukungnya memadai, misalnya dukungan perjanjian (*agreement*), faktur (*invoice*) dan juga perlakuan akuntansinya (*accounting treatment*).

2.1.1.5 Motivasi Dilakukannya *Tax Planning*

Menurut Suandy (2008) banyak motivasi yang mendasari dilakukannya suatu perencanaan pajak, namun semua itu bersumber dari adanya 3 unsur perpajakan yaitu :

1. Kebijakan Perpajakan (*Tax Policy*)

Dari berbagai aspek kebijaksanaan pajak, maka faktor-faktor yang mendorong dilakukannya suatu perencanaan pajak (*tax planning*), yaitu :

- a. Pajak yang akan dipungut. Agar tidak mengganggu atau tidak memberatkan *cashflow* perusahaan, perlu adanya perencanaan pajak yang baik agar bisa menganalisis atas transaksi apa akan terkena pajak apa dan perlu dana berapa sehingga dapat diketahui berapa penghasilan bersih setelah pajak.
- b. Siapa yang akan dijadikan subjek pajak? Adanya perbedaan perlakuan perpajakan atas pembayaran dividen dari Badan Usaha kepada pemegang saham perorangan dan kepada pemegang saham berbentuk badan usaha maka di sini akan menimbulkan usaha untuk perencanaan pajak dengan baik agar beban pajaknya rendah dan meringankan arus kas (*cashflow*) perusahaan sehingga bisa dimanfaatkan untuk tujuan lain. Di samping itu adanya pertimbangan untuk menunda pembayaran dividen dengan cara meningkatkan jumlah laba ditahan (*retained earnings*) bagi perusahaan juga akan menimbulkan penundaan pembayaran pajak.
- c. Apa saja yang merupakan objek pajak? Adanya perlakuan perpajakan yang berbeda atas objek pajak yang secara ekonomis hakikatnya sama akan menimbulkan usaha perencanaan pajak agar beban pajaknya rendah. Oleh karena itu, objek pajak merupakan basis perhitungan besarnya pajak (*tax bases*), maka dalam rangka optimalisasi alokasi sumber dana, manajemen akan merencanakan pajak yang tidak lebih (bisa mengurangi optimalisasi alokasi sumber daya) dan tidak kurang (kuatir harus membayar transaksi bersifat pemborosan dana).

- d. Berapa besarnya tarif pajak? Dengan adanya penerapan *shedular taxation tariff* yang diterapkan di Indonesia mengakibatkan seorang perencana pajak akan berusaha sedapat mungkin dikenakan tarif yang paling rendah.
- e. Bagaimana prosedurnya? Adanya *Self Assessment System dan Payment System* mengharuskan seorang perencana pajak untuk melakukan perencanaan pajak dengan baik. *Self Assessment System* merupakan kebebasan dan kepercayaan penuh untuk menghitung, memungut, dan melaporkan pajak terutang dari penghasilan usahanya, sedangkan *Payment System* (sistem pembayaran) yang berlaku adalah sistem pembayaran yang dapat dilakukan sendiri oleh wajib Pajak maupun melalui pemotongan oleh pihak ketiga (*with holding system*).

2. Undang-Undang Perpajakan (*Tax Law*)

Dalam kenyataannya, tidak ada Undang-Undang yang mengatur setiap permasalahan dengan sempurna, maka dalam pelaksanaannya selalu diikuti oleh ketentuan-ketentuan lain (Peraturan Pemerintah, Keputusan Presiden, Keputusan Menteri Keuangan dan Direktur Jenderal Pajak), maka tidak jarang ketentuan pelaksanaan tersebut bertentangan dengan Undang-Undang itu sendiri karena disesuaikan dengan kepentingan pembuat kebijaksanaan dalam mencapai tujuan lain yang ingin dicapainya. Keadaan ini menyebabkan munculnya celah bagi Wajib Pajak untuk menganalisis dengan cermat atas kesempatan tersebut untuk digunakan perencanaan pajak yang baik.

3. Administrasi Perpajakan (*Tax Administration*)

Indonesia merupakan negara yang begitu luas dan begitu banyak penduduknya, dan sebagai negara yang sedang membangun masih mengalami kesulitan-kesulitan dalam melaksanakan administrasi perpajakannya secara memadai. Hal ini mendorong perusahaan untuk melaksanakan perencanaan pajak dengan baik agar terhindar dari sanksi administrasi maupun pidana karena adanya perbedaan penafsiran antara aparat fiskus dengan Wajib Pajak dari begitu luasnya peraturan perpajakan yang berlaku dan sistem informasi yang masih belum efektif.

2.1.1.6 Langkah-Langkah dalam *Tax Planning*

Dalam membuat suatu perencanaan pajak harus memperhatikan strategi perencanaan perusahaan secara keseluruhan (*global company strategy*) agar *tax planning* dapat berhasil sesuai yang diharapkan. Langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam perencanaan pajak adalah :

1. Menganalisis Laporan Keuangan

Tahap pertama dari proses *tax planning* adalah menganalisis komponen-komponen dari laporan keuangan sehingga dapat diketahui apa saja yang mempengaruhi besarnya pajak.

2. Memperkirakan Besarnya Pajak Terhutang

Memperkirakan besarnya pajak terhutang kemudian memahami undang-undang yang berlaku untuk memanfaatkan pengecualian-pengecualian yang diperbolehkan dalam undang-undang untuk dapat memaksimalkan penghasilan yang dikecualikan dan sehingga dapat meminimalkan besarnya pajak terhutang.

3. Melaksanakan Perencanaan Pajak

Melaksanakan perencanaan pajak dengan memanfaatkan celah-celah dari peraturan perundang-undangan yang berlaku.

4. Mengevaluasi Pelaksanaan Perencanaan Pajak

Mengevaluasi hasil yang diperoleh dalam melakukan perencanaan pajak dengan melihat :

- a. Jika rencana tersebut tidak dilaksanakan.
- b. Jika rencana tersebut dilaksanakan dan berhasil dengan baik.
- c. Jika rencana tersebut dilaksanakan tetapi gagal.

Ketiga hal di atas pastilah memiliki hasil yang berbeda, kemudian dari hasil tersebut barulah ditentukan apakah perencanaan pajak layak untuk dilaksanakan atau tidak. Contohnya :

- Tidak melaksanakan perencanaan pajak, maka pajak yang ditanggung Rp 100.000.000.
- Melaksanakan perencanaan pajak dan berhasil, maka pajak yang ditanggung Rp 75.000.000.
- Melaksanakan perencanaan pajak dan gagal, maka pajak yang harus ditanggung Rp 125.000.000

Apabila melihat ketiga hasil yang dicapai, tentunya perusahaan memilih dilaksanakannya perencanaan pajak karena ia bisa menghemat pajak sebesar Rp 25.000.000 jika perencanaan pajak yang dilakukan berhasil. Karena itu dalam melakukan *tax planning* harus dilakukan dengan benar dan sesuai aturan yang berlaku, karena apabila tidak malah akan semakin merugikan perusahaan.

5. Mencari Kelemahan dan Memperbaiki Kembali Rencana Pajak

Hasil suatu perencanaan pajak bisa dikatakan baik atau tidak tergantung dengan apa yang kita lakukan, dan semua itu harus sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Kadang suatu rencana harus diubah mengingat adanya peraturan perundang-undangan. Tindakan perubahan tersebut harus tetap dijalankan walaupun diperlukan penambahan biaya atau kemungkinan keberhasilan yang sangat kecil. Sepanjang masih besar penghematan pajak (*tax saving*) yang bisa diperoleh, rencana tersebut harus tetap dijalankan, karena bagaimanapun juga kerugian yang ditanggung merupakan kerugian minimal.

6. Memantapkan Perencanaan Pajak

Meskipun suatu rencana pajak sudah dijalankan dan proyek sudah berjalan, masih perlu mempertimbangkan setiap perubahan yang terjadi termasuk perubahan undang-undang. Pemantapan suatu perencanaan pajak adalah konsekuensi yang perlu dilakukan. Dengan memperhatikan keadaan saat ini dan perkembangan-perkembangan yang mungkin terjadi, seorang manager akan mampu mengurangi akibat yang merugikan dari adanya perubahan tersebut, dan saat bersamaan dapat mengambil kesempatan untuk memperoleh manfaat yang potensial.

2.1.2 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) yang merupakan organisasi internasional dan memiliki perhatian dalam pembangunan berkelanjutan, mendefinisikan pertanggungjawaban sosial atau yang dikenal dengan sebutan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai komitmen dari dunia bisnis atau usaha untuk berperilaku etis dan

berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, seraya meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas Putra (2014). Fauziah (2013) dalam Putra (2014) menjelaskan bahwa CSR merupakan wujud dari aktivitas dan kegiatan operasional perusahaan yang memperhatikan aspek ekonomi (*profit*), sosial (*people*) dan lingkungan (*planet*) atau yang disebut dengan *Triple Bottom Lines* (TBL). Ketiga faktor ini berkaitan satu sama lain. Masyarakat tergantung pada ekonomi; ekonomi dan keuntungan perusahaan tergantung pada masyarakat dan lingkungan, bahkan ekosistem global.

Corporate social responsibility (CSR) merupakan mekanisme suatu organisasi yang mengintegrasikan perhatiannya terhadap lingkungan sosial dalam menjalankan operasi dan aktivitasnya dengan *stakeholder* (Anggraini, 2016). Menurut Said (2015) *corporate social responsibility* (CSR) merupakan upaya perusahaan untuk menaikkan citra di masyarakat dengan berbagai program yang menunjukkan kepedulian sosial kepada masyarakat serta mampu mensejahterakan karyawan. CSR merupakan kewajiban perusahaan untuk menggunakan sumber dayanya dengan cara memberikan manfaat kepada masyarakat melalui partisipasi sebagai anggota masyarakat, mempertimbangkan aspek kemasyarakatan, memperbaiki kesejahteraan masyarakat Gunawan (2013).

Menurut teori legitimasi, perusahaan melakukan aktivitas CSR untuk mendapatkan legitimasi demi keberlanjutan usahanya. Sedangkan menurut teori stakeholder, perusahaan melakukan CSR demi memenuhi ekspektasi stakeholder berupa kontribusi kepada stakeholdernya melalui aktivitas CSR

Wahyudi (2015). Salah satu yang dapat ditunjukkan untuk melegitimasi masyarakat ialah dengan taat membayar pajak sesuai ketentuan dan tarif yang berlaku tanpa melakukan agresivitas pajak. Semakin tinggi pengungkapan CSR maka semakin rendah kemungkinan terjadinya agresivitas pajak, karena perusahaan ingin menjaga hubungan baik terhadap stakeholdernya Bani dan Wahyu (2015). CSR akan dilaporkan dan diungkapkan dalam laporan tahunan, laporan keberlanjutan, atau pada website perusahaan Wahyudi (2015).

Corporate social responsibility pertama kali dikenal sejak Howard R Bowen menerbitkan bukunya pada tahun 1953 yang berjudul *social responsibility of the businessman*. Yoehana (2013) menyebutkan bahwa ide dasar tersebut mengacu pada kewajiban pelaku bisnis untuk menjalankan usahanya sesuai nilai-nilai kemasyarakatan disekitarnya. Konsep CSR dikenal sejak awal 1970, diartikan sebagai kebijakan yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai, taat hukum, penghargaan masyarakat, lingkungan serta keikutsertaan perusahaan dalam pembangunan secara berkelanjutan Siregar (2017).

Corporate social responsibility (CSR) sebagai suatu komitmen keberlanjutan dalam dunia bisnis yang bertanggung jawab secara sosial, ekonomi dan ekologi, serta untuk meningkatkan kualitas lingkungan yang menjadi *stakeholder* perusahaan Pradipta (2014). Lanis dan Richardson (2012) menambahkan bahwa CSR merupakan kunci dalam keberhasilan dan keberlangsungan hidup perusahaan. Menurut wikipedia Indonesia mendefinisikan CSR sebagai konsep organisasi yang diterapkan perusahaan

mengandung tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional.

Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) di Indonesia diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan, antara lain: UU Nomor 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UUPM), UU Nomor 4 Tahun 2009 tentang Pertambangan Mineral dan Batubara (UU Minerba), UU Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi, UU Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara dan UU Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT). Berkaitan dengan biaya tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), UU Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Pajak Penghasilan yang merupakan perubahan keempat atas UU No.7 Tahun 1983 telah mengakomodirnya dalam Pasal 6 ayat (1) huruf i sampai m yang mengatur jenis-jenis sumbangan sehubungan dengan tanggungjawab sosial perusahaan yang dapat dibiayai oleh perusahaan yaitu: sumbangan dalam rangka penanggulangan bencana nasional, penelitian dan pengembangan yang dilakukan di Indonesia, pembangunan infrastruktur sosial, fasilitas pendidikan serta pembinaan olahraga yang ketentuannya diatur dengan Peraturan Pemerintah. Hal ini berarti semakin banyak biaya terkait CSR yang boleh menjadi pengurang penghasilan bruto yang diatur dalam UU PPh Nomor 36 Tahun 2008 Suhaidi (2014). Landasan yang mendasari tanggung jawab sosial adalah bagaimana perusahaan memberi perhatian kepada lingkungan, terhadap dampak yang akan terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan.

Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan

Undang-Undang No. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal disahkan di Indonesia sebagai bukti pentingnya pengungkapan CSR sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan *stakeholder*. Pada Undang-Undang No. 40 tahun 2007 pasal 74, berbunyi :

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
2. Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksudkan pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dalam Peraturan Pemerintah.

Sedangkan pada pasal 25 (b) Undang-Undang Penanaman Modal menyatakan kepada setiap penanam modal wajib melakukan tanggung jawab sosial perusahaan.

Kedua pasal diatas dapat disimpulkan bahwa pemerintah Indonesia juga mendukung adanya program CSR yang dilakukan perusahaan. CSR akan lebih berdampak positif jika pemerintah ikut andil untuk mendukung dan memfasilitasi kalangan bisnis yang ingin terlibat dalam upaya ini Nugraha (2015). Namun dibalik itu Siregar (2017) mengatakan dalam

proses perjalanan CSR mengalami permasalahan bahwa CSR belum tersosialisasi dengan baik di masyarakat. Chariri (2010) menyebutkan beberapa alasan dilakukannya pengungkapan antara lain :

1. Keinginan untuk mematuhi undang-undang atau aturan yang berlaku.
2. Manajemen berkeyakinan bahwa orang berhak mendapatkan informasi yang memuaskan dalam proses akuntabilitas dan pelaporan.
3. Keinginan untuk memenuhi persyaratan peminjaman.
4. Untuk mematuhi harapan masyarakat bahwa ijin beroperasi dapat didasarkan pada kontak sosial masyarakat, namun tergantung dari penyedia informasi berkaitan dengan kinerja sosial dan lingkungan.
5. Sebagai konsekuensi dari ancaman terhadap legitimasi perusahaan.
6. Untuk menarik dana investasi.
7. Untuk memenuhi persyaratan tertentu (*code of conduct*).
8. Untuk memenangkan penghargaan pelaporan tertentu demi memperbaiki nama baik perusahaan.

Healy (2009) mengemukakan bagian CSR yang penting dalam strategi perusahaan dimana terjadi ketidakkonsistenan antara keuntungan perusahaan dan tujuan sosial, atau perselisihan yang dapat terjadi karena isu-isu tentang kewajaran yang berlebihan. CSR merupakan suatu bentuk kepedulian sosial sebuah perusahaan untuk melayani kepentingan organisasi maupun kepentingan publik eksternal. Kondisi dunia yang tidak menentu seperti terjadinya *global warming*, kemiskinan yang semakin meningkat serta memburuknya kesehatan masyarakat memicu perusahaan untuk melakukan tanggung jawabnya. CSR juga dapat diartikan sebagai

komitmen perusahaan untuk mempertanggungjawabkan dampak operasi dalam dimensi sosial, ekonomi serta lingkungan. Dari latar belakang tersebut banyak perusahaan yang melakukan pengungkapan mengenai CSR dalam laporan tahunan, walaupun tidak ada yang mewajibkan.

Indonesia menjadikan *global reporting initiative* (GRI) sebagai konsep dasar pelaporan informasi *corporate social responsibility* (CSR). Konsep GRI terdapat 6 dimensi pengungkapan, yaitu ekonomi, lingkungan, praktek tenaga kerja, HAM, masyarakat dan tanggung jawab produk. Konsep tersebut dianggap *sustainable* karena merupakan pengungkapan yang umum digunakan di dunia. Selain itu pengukuran CSR dapat dilakukan menggunakan 90 item, namun menurut BAPEPAM hanya 78 item yang sesuai dengan kondisi di Indonesia.

2.1.3 Manajemen Laba

Healy (2009) dalam Belkaoui (2016) menyatakan bahwa Manajemen Laba (*Earnings Management*) terjadi ketika para manajer menggunakan pertimbangan mereka dalam pelaporan keuangan dan struktur transaksi untuk mengubah laporan keuangan dengan tujuan untuk menyesatkan pemangku kepentingan mengenai kondisi kinerja ekonomi perusahaan atau untuk memengaruhi hasil-hasil kontraktual yang bergantung pada angka-angka akuntansi yang dilaporkan. Pihak manajemen memiliki wewenang untuk memilih opsi dan aturan-aturan yang diterapkan dalam perlakuan akuntansi. Melalui wewenang tersebut memberikan keleluasaan bagi manajemen dalam mengelola laba perusahaan yang tercantum dalam laporan keuangan sesuai dengan kepentingannya, yaitu memperoleh insentif

dari hasil kerjanya yang diukur dari besarnya laba yang dicapai.

Praktik manajemen laba memiliki kaitan yang erat dengan motivasi-motivasi pihak manajemen dalam memenuhi sasaran yang ingin dicapai maupun penggunaan *judgement* dalam penyusunan laporan keuangan. Tingkat praktik manajemen laba dalam perusahaan mencerminkan seberapa baik kualitas laba yang dilaporkan oleh perusahaan. Semakin tinggi tingkat manajemen laba akan meningkatkan asimetri informasi yang terjadi antara *principal* dan *agen*. Rahman (2008) dalam Setyamurti (2015) menyebutkan praktik manajemen laba dapat dibedakan menjadi 2 jenis, yaitu:

1. Manajemen Laba Riil

Merupakan praktik manajemen laba yang dilakukan dengan tujuan pencapaian target laba dan menghindari terjadinya kerugian dalam aktivitas operasional perusahaan yang dapat dicapai dengan cara:

- a. Manipulasi penjualan, bertujuan meningkatkan penjualan pada periode tertentu sehingga memberikan kesan bahwa pencapaian target penjualan dan laba terpenuhi. Pada umumnya, praktik manipulasi penjualan ini dilakukan dengan memberikan diskon penjualan yang lebih besar maupun dengan memberikan kemudahan kredit penjualan. Praktik ini dapat memberikan dampak pada penurunan aliran kas perusahaan.
- b. Pengurangan beban-beban diskresionari atau meminimalkan beban-beban yang tidak secara langsung berkaitan dengan produksi barang/jasa. Hal ini dimaksudkan untuk mencantumkan beban dengan jumlah yang minimal sehingga didapatkan laba yang cenderung lebih besar.
- c. Produksi yang berlebihan. Manajemen berupaya meningkatkan

penjualan dengan harga yang rendah. Untuk menekan harga jual tersebut manajemen memproduksi barang dalam jumlah yang berlebihan dan diharapkan dapat meningkatkan penjualan serta laba perusahaan.

2. Manajemen Laba Akrual

Merupakan praktik manajemen laba yang dilakukan melalui proses akrual dimana laporan keuangan dihasilkan. Angka-angka dalam laporan keuangan mengandung komponen akrual, baik diskresioner maupun non-diskresioner. Pendekatan lain yang digunakan untuk merekayasa dapat dibagi menjadi tiga kelompok yaitu:

- a. Memanfaatkan peluang untuk membuat estimasi akuntansi. Cara ini merupakan cara manajer untuk memengaruhi *judgement* terhadap estimasi akuntansi seperti: estimasi tingkat piutang tak tertagih, estimasi kurun waktu depresiasi aktiva tetap atau amortisasi aktiva tetap tidak berwujud, estimasi biaya garansi dan lain-lain.
- b. Mengubah metode akuntansi. Perubahan metode akuntansi yang digunakan untuk mencatat suatu transaksi, contoh: mengubah metode depresiasi aktiva tetap dari metode depresiasi angka tahun ke metode depresiasi garis lurus.
- c. Menggeser periode biaya atau pendapatan. Hal ini sering disebut keputusan operasional, misalnya: rekayasa periode biaya atau pendapatan dengan mempercepat atau menunda pengeluaran untuk biaya penelitian dan pengembangan sampai periode akuntansi berikutnya, mempercepat atau menunda pengeluaran biaya promosi sampai periode akuntansi berikutnya mengatur saat penjualan aktiva tetap yang sudah

tidak dipakai.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang sudah pernah dilakukan oleh peneliti lain atau peneliti sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan saat ini.

Tabel 2.1

Hasil Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti / Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Dewi Kusuma Wardani / 2018	Pengaruh Tax Planning, Ukuran Perusahaan, <i>Corporate Social Responsibility</i> (Csr) Terhadap Manajemen Laba	Hasil penelitian menunjukkan <i>tax planning</i> (perencanaan pajak) tidak memiliki pengaruh terhadap manajemen laba, ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba, <i>corporate social responsibility</i> (CSR) memiliki pengaruh positif terhadap manajemen laba.
Risma Cahyani / 2016	Pengaruh Manajemen Laba Dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Agresivitas Pajak	Hasil penelitian menunjukan bahwa manajemen laba tidak memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak sedangkan <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

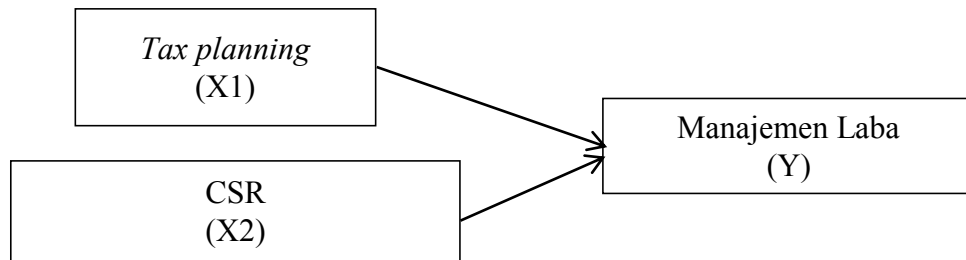
Rahmilia Agustina / 2017	Analisis Pengaruh Agresivitas Pajak Dan Manajemen Laba Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa agresivitas pajak perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR sedangkan manajemen laba tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada variabel yang diteliti. Pada penelitian Dewi Kusuma Wardani (2018) menambahkan variabel ukuran perusahaan, pada penelitian Risma Cahyani (2016) menjadikan agresivitas pajak sebagai variabel dependen dan manajemen laba serta CSR sebagai variabel independen. Sedangkan pada penelitian Rahmilia Agustia (2016) menjadikan agresivitas pajak dan manajemen laba sebagai variabel independen, dan pengungkapan CSR sebagai variabel dependen. Pada penelitian ini menjadikan *tax planning* dan CSR (*Corporate Social Responsibility*) sebagai variabel independen dan manajemen laba sebagai variabel dependen.

2.3 Kerangka Konseptual

Berdasarkan landasan teori dan beberapa penelitian terdahulu, penelitian ini menguji pengaruh *tax planning* dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap manajemen laba. Penelitian ini menggunakan variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen yang digunakan adalah manajemen laba, sedangkan variabel independennya adalah *tax planning* dan *Corporate*

Social Responsibility. Keterkaitan variabel-variabel tersebut akan dinyatakan dalam kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.1

Kerangka Konseptual



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis, Lokasi, Waktu dan Objek Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Indriantoro dan Bambang (2013) mendefinisikan penelitian kuantitatif sebagai penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan skala numerik (angka) yang dapat dianalisis dengan menggunakan analisis statistik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kausal komparatif yaitu penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih serta mengumpulkan data setelah terjadinya suatu fakta atau peristiwa.

Penelitian ini melakukan pengamatan pengaruh *tax planning* dan CSR (*Corporate Social Responsibility*) terhadap manajemen laba pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016. Peneliti mengidentifikasi fakta atau peristiwa sebagai variabel yang dipengaruhi dan melakukan penyelidikan terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi.

3.1.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016. Waktu yang digunakan dalam penelitian ini dari pengajuan judul penelitian sampai terlaksananya laporan penelitian yakni bulan Juli 2018 sampai Maret 2019.

3.1.3 Waktu Penelitian

Berikut ini merupakan tabel yang memperlihatkan rincian jadwal pada

penelitian ini:

Tabel 3.1
Rincian Jadwal Penelitian

Kegiatan	2018						2019		
	Juli	Agus	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar
Pra riset									
Pengajuan judul									
Penulisan proposal									
Bimbingan proposal									
Seminar proposal Bimbingan dan perbaikan skripsi									
Bimbingan dan perbaikan skripsi									
Sidang meja hijau									

3.1.4 Objek Penelitian

Objek penelitian ini yaitu pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016. Adapun alasan memilih perusahaan manufaktur

sebagai objek penelitian karena perusahaan manufaktur merupakan jenis usaha yang bergerak disektor riil dan memiliki jumlah perusahaan paling banyak dibandingkan jenis usaha lainnya, serta terdiri dari beberapa sektor, yaitu sektor industri dasar dan pangan, sektor aneka industri, dan sektor industri barang konsumsi. Meskipun terdiri dari berbagai sektor, perusahaan manufaktur memiliki karakteristik yang serupa yaitu sama-sama memproduksi dan menghasilkan produk

3.2 Populasi dan Pengumpulan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang memiliki karakteristik tertentu Indriantoro dan Bambang (2013). Menurut Sugiyono (2012) mendefinisikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan dapat ditarik kesimpulan, terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu. Sedangkan menurut Darmawan dan Fauzi (2013) populasi sebagai sumber data dalam jumlah banyak dan luas. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012 sampai 2016. .

3.2.2 Sampel

Sampel didefinisikan Sugiyono (2012) sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. 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 2012 sampai 2016 dengan beberapa kriteria tertentu.

3.2.2.1 Teknik Pengumpulan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu Sugiyono (2012). Adanya kriteria tertentu dimaksudkan agar tidak terjadi perbedaan data yang berdampak pada hasil penelitian. Kriteria-kriteria pengambilan sampel secara *purposive sampling* dalam penelitian ini mengacu pada penelitian Yoehana (2013), yaitu sebagai berikut :

1. Merupakan perusahaan manufaktur.
2. Terdapat laporan keuangan tahunan selama 3 tahun berturut-turut (tahun 2012-2016) yang dapat diakses dari situs BEI (www.idx.co.id).
3. Laporan keuangan menggunakan mata uang rupiah dan telah diaudit. Pemilihan kriteria ini adalah karena penggunaan mata uang yang berbeda dapat menimbulkan perbedaan kurs meskipun telah melakukan konversi.
4. Tidak mengalami kerugian selama tahun penelitian karena dapat menyebabkan distorsi perhitungan.
5. Perusahaan menyajikan data perusahaan yang lengkap dan jelas berkaitan dengan penelitian.

3.3 Definisi Operasional Variabel

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 (2009).

Berikut ini merupakan tabel yang menggambarkan sistematika dari operasional variabel :

Tabel 3.2

Tabel Operasional Variabel

No	Variabel	Cara Perhitungan
1	Corporate Social Responsibility(CSR)	$\Sigma X_i / n$
2	Tax Planning	$Net\ Income_{it} / Pretax\ Income_{it}$
3	Manajemen Laba	$TAC_{it} = NI_{it} - CFO_{it}$

3.3.1 Variabel Independen

a. Tax Planning

Dalam penelitian ini *tax planning* (perencanaan pajak) merupakan variabel independen pertama (X1). Perencanaan pajak merupakan langkah yang ditempuh oleh wajib pajak untuk meminimumkan beban pajak tahun berjalan maupun tahun yang akan datang, agar pajak yang dibayar dapat ditekan seefisien mungkin dan dengan berbagai cara yang memenuhi ketentuan perpajakan Astutik (2015). Dalam penelitian ini *tax planning* (perencanaan pajak) diukur dengan *tax retention rate* (tingkat retensi pajak) dengan rumus:

$$TRR = Net\ Income_{it} / Pretax\ Income_{it}$$

Keterangan:

TRR = *Tax Retention Rate* (tingkat retensi pajak) perusahaan I pada tahun t.

Net Income_{it} = laba bersih perusahaan i pada tahun

t.

Pretax Income (EBIT)_{it} = laba sebelum pajak perusahaan i pada tahun t.

Tax retention rate (TRR) merupakan suatu ukuran efektifitas dari manajemen pajak pada laporan keuangan perusahaan Astutik (2015). TRR yang tinggi maka perencanaan pajak juga tinggi. Hal tersebut berarti bahwa TRR yang tinggi menunjukkan bahwa perencanaan pajak yang dilakukan perusahaan semakin efektif. Sebaliknya apabila TRR rendah maka perencanaan pajak perusahaan menjadi kurang efektif.

b. Manajemen Laba

Dalam penelitian ini manajemen laba diproksikan dengan menggunakan *discretionary accrual* (DAC) yang merupakan perhitungan model *Jones* modifikasian (*modified jones model*) Kusuma (2014). Alasan pemilihan model ini adalah karena model ini mengasumsikan bahwa manipulasi dapat dilakukan pada pendapatan dan memperhitungkan pendapatan sebagai akrual diskresioner, sehingga dianggap lebih baik dalam mengukur mendeteksi manajemen laba Ricardo (2015). Menghitung nilai total akrual dengan menggunakan pendekatan arus kas (*cash flow approach*):

$$\text{TAC}_{it} = \text{NI}_{it} - \text{CFO}_{it}$$

Keterangan:

TAC_{it} = Total akrual perusahaan i pada tahun t.

NI_{it} = Laba bersih setelah pajak perusahaan i pada tahun t.

CFO_{it} = Arus kas operasi perusahaan i pada tahun t.

c. Corporate Social Responsibility (CSR)

Penelitian ini mengukur CSR menggunakan rasio pengungkapan CSR. penelitian ini menggunakan tabel *checklist* dengan indikator pengungkapan CSR mengacu pada indikator pengungkapan yang digunakan oleh Sembiring (2015) karena lebih sesuai dengan keadaan perusahaan di Indonesia, dimana pengungkapan CSR-nya masih bersifat umum. Berikut ini indikator CSR dalam penelitian ini :

Tabel 3.3

Indikator Indeks Item CSR

Indikator	Jumlah Item
Lingkungan	13
Energi	7
Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja	8
Lain-lain Tenaga Kerja	29
Produk	10
Keterlibatan Masyarakat	9
Umum	2
Total Item	78

Pengukuran pengungkapan CSR menggunakan variabel *dummy*, nilai 1 apabila perusahaan mengungkapkan item, nilai 0 apabila perusahaan tidak mengungkapkan item. Kemudian dijumlahkan semua item yang bernilai 1 dari perusahaan untuk dibandingkan dengan jumlah seluruh item pada tabel *checklist*. Rumus pengukuran rasio CSR sebagai berikut :

$$CSRDi = \Sigma Xi / n$$

Keterangan :

- CSRDi : Pengungkapan CSR perusahaan i.
- ΣXi : jumlah item bernilai 1 pada perusahaan i.
- n : Jumlah seluruh indikator pengungkapan CSR (n=78).

3.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dalam bentuk *time series* yaitu data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara berupa laporan tahunan perusahaan manufaktur periode 2012 hingga 2016 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sumber data sekunder yang diperoleh peneliti bersifat kuantitatif yang dinyatakan dalam bentuk angka-angka yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan yang dipublikasikan (www.idx.co.id) yang meliputi laporan keuangan perusahaan, *annual report* dan informasi lain yang dibutuhkan. Berdasarkan sumber tersebut diperoleh data meliputi data laporan keuangan, *annual report*, data informasi lain-lain yang bersangkutan. Selain itu data juga diperoleh dari *website* perusahaan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi yaitu peneliti mengumpulkan data yang diperlukan melalui pengambilan data dari dokumen-dokumen yang sudah ada, seperti data yang dipublikasikan dalam *IDX*, laporan keuangan dan historis lainnya di BEI.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menjelaskan deskripsi data

dari seluruh variabel yang akan dimasukkan dalam model penelitian yang dilihat dari nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi dimaksudkan untuk memberikan gambaran mengenai distribusi dan perilaku data sampel Ghozali (2011).

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Dalam pengujian penelitian digunakan model statistik parametrik sehingga sebelum analisis data diperlukan uji asumsi klasik terlebih dahulu sebelum dilakukan pengujian hipotesis. Uji asumsi klasik bertujuan untuk mendapatkan estimasi serta kesimpulan yang lebih tepat dalam penelitian. Uji asumsi klasik dianggap penting, sebab untuk mengetahui terpenuhinya syarat-syarat digunakan regresi berganda. Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, uji multikolonieritas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal Ghozali (2011). Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Cara untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal adalah dengan melakukan Uji *Kolmogorov-Smirnov*. Uji ini dilakukan dengan memasukkan nilai residual dalam pengujian non parametrik. Jika nilai signifikansi signifikan, yaitu $< 0,05$ dan $Z > 1,96$, maka data tidak terdistribusi secara normal. Data akan terdistribusi normal jika $Z > 1,96$ dan signifikansi $> 0,05$.

2. Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali (2011), uji multikolonieritas dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan antara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen, jika dalam model terdapat multikolonieritas maka model tersebut memiliki kesalahan standar yang besar sehingga koefisien tidak dapat ditaksir dengan ketepatan yang tinggi. Uji Multikolonieritas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *inflation factor* (VIF) pada model regresi, variabel yang menyatakan adanya multikolonieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* yang lebih kecil dari 0,1 atau nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yang lebih besar dari 10. Hasil perhitungan nilai *tolerance* yang menunjukkan tidak adanya variabel bebas yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 10% yang berarti tidak ada korelasi antar variabel bebas yang nilainya lebih dari 95%. Jika nilai VIF < dari 10 maka tidak terdapat multikolonieritas (Ghozali, 2013).

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi diantaranya dengan uji durbinwatson (Ghozali, 2011). Uji ini digunakan untuk mendeteksi adanya autokorelasi diantara variabel yang dianalisis. Uji

Autokorelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji durbin-watson.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas Ghozali (2011). Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan Uji *Glejser*. Uji *Glejser* dilakukan dengan cara meregresikan nilai absolute dari *unstandardized residual* sebagai variabel dependen dengan variabel bebas. Syarat model dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas adalah jika signifikansi seluruh variabel bebas $> 0,05$.

3.6.3 Uji Ketetapan Model

1. Koefisien determinan (R²)

Menurut Ghozali (2013), koefisien determinan (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. koefisien determinan (R²) adalah perbandingan antara variasi Y yang dijelaskan oleh x₁, dan x₂ secara bersama-sama dibanding dengan variasi total Y. Jika selain x₁ dan x₂ semua variabel di luar model yang diwadahi dalam E dimasukkan ke dalam model, maka nilai R² akan bernilai 1. Ini berarti seluruh variasi Y dapat dijelaskan oleh variabel penjelas yang dimasukkan kedalam model. Sebaliknya dalam data runtun waktu (*time series*) dimana peneliti mengamati hubungan dari beberapa variabel pada satu unit analisis (perusahaan atau

negara) pada beberapa tahun maka R^2 akan cenderung besar. Hal ini disebabkan variasi data yang relatif kecil pada data runtun waktu yang terdiri dari satu unit analisis saja.

2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2013), Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat.

Untuk uji signifikansi simultan dibentuk hipotesis:

$H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$, artinya semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel independen.

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq \dots \neq b_k \neq 0$, artinya semua variabel independen secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel independen.

Menurut Ghozali (2011) menyatakan bahwa dasar pengambilan keputusannya adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- a. Apabila probabilitas signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- b. Apabila probabilitas signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.6.4 Uji Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda (*multiple linier regression method*). Analisa regresi linier berganda digunakan

untuk mengetahui keeratan hubungan variabel dependen dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya (variabel independen). Analisis regresi berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya).

Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua variabel (Sugiyono, 2012). Variabel independen dalam penelitian ini adalah *tax planning* dan *corporate social responsibility* (CSR), sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah manajemen laba. Setiap variabel diuji dengan alat analisis regresi berganda (*multiple regression*) yang dapat dituliskan dengan persamaan :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Manajemen laba

α = konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas

X1 = *Tax planning* (perencanaan pajak)

X2 = *Corporate Social Responsibility* (CSR)

e = *error*

3.6.5 Uji Hipotesis

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t) Pengujian parameter individual dimaksudkan untuk melihat apakah variabel secara individu mempunyai pengaruh terhadap variabel tak bebas dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Kriteria pengujian sebagai berikut :

- a. Membandingkan antara t hitung dengan t tabel. Bila t hitung $<$ t tabel, variabel bebas secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel tak bebas. Bila t hitung $>$ t tabel, variabel bebas secara individual berpengaruh terhadap variabel tak bebas.
- b. Berdasarkan probabilitas signifikansi lebih kecil dari 0,05 (α), maka variabel bebas secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *tax planning* dan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012-2016. Berdasarkan data yang dikumpulkan dan hasil analisis yang dilakukan, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tax Planning berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012-2016. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung $> t$ table ($0,547 > 0,204$) dan nilai signifikansi ($0,585 > 0,05$). Hasil yang sama juga ditemukan dalam penelitian yang dilakukan oleh Astutik (2016) dan Khotimah (2014).
2. *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh negatif terhadap manajemen laba perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012-2016. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung $< t$ table ($-0,229 < 0,204$). Hasil yang sama juga ditemukan dalam penelitian yang dilakukan oleh Ricardo et al (2015) dan Prasetya et al (2015)

5.2 Saran

Berdasarkan pada permasalahan yang diangkat oleh penulis dan dari hasil yang didapatkan, maka dari itu penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan perusahaan yang bergerak di sektor selain sektor manufaktur sebagai objek penelitian, dengan

demikian dapat diketahui pengaruh *tax planning* dan *corporate social responsibility* terhadap manajemen laba perusahaan dari masing-masing sektor yang ada serta dari semua industri secara keseluruhan.

2. Penelitian selanjutnya juga dapat menambahkan variabel lain sebagai variabel independen ataupun variabel kontrol yang akan membuktikan adanya praktik manajemen laba pada suatu perusahaan.
3. Investor diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menambah wawasan agar lebih cermat dan berhati-hati dalam melihat laporan keuangan sebelum menentukan perusahaan yang akan diinvestasikan.
4. Perusahaan harus meningkatkan pemahaman atas perpajakan kepada seluruh staff/karyawan agar dapat melaksanakan *tax planning* lebih efisien dan efektif sesuai ketentuan yang berlaku, sehingga tidak melanggar Undang-undang perpajakan yang dapat merugikan perusahaan.
5. Perusahaan dapat lebih meningkatkan kesejahteraan karyawannya dan melakukan kegiatan internal audit setiap periodenya untuk mengurangi aktivitas manajemen laba yang hanya memberikan keuntungan pihak-pihak tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, Fery. 2013. "Pengaruh Perencanaan Pajak terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Nonmanufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia". *Modus*, Vol. 26, No. 1, h 33-50.
- Ahmad, Gatot Nazir Dan Wardani, Vina Kusuma. 2014. The Effect Of Fundamental Factor To Dividend Policy: Evidence In Indonesia Stock Exchange. *International Journal Of Business And Commerce*, Vol 4 No. 02
- Anggraini, Fr. R. R. 2016. *Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan*. Simposium Nasional Akuntansi IX. Padang. 23-26 Agustus.
- Astutik, Ratna Eka Puji. 2016. "Pengaruh Perencanaan Pajak Dan Beban Pajak Tanggahan Terhadap Manajemen Laba". *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol 5, No 3.
- Belkaoui, Ahmed Riahi. 2016. *Teori Akuntansi. Buku 2*. Edisi kelima. Jakarta: Salemba Empat
- Bouty, Henny. 2010. "Menyiapkan Surat Pemberitahuan Pajak". Jakarta: PT Putra ZetE.
- Chariri, Anis dan Firman Aji Nugroho. 2010. *Retorika dalam Pelaporan Corporate Social Responsibility: Analisis Semiotik atas Sustainability Reporting PT Aneka Tambang Tbk*. Disajikan pada Simposium Nasional Akuntansi XII. Palembang.
- Darmawan, Deni Dan Nur Fauzi, Kunkun, 2013. "Sistem Informasi Manajemen", Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya Offset.
- Dista. 2012. "Pengaruh Asimetri Informasi dan Ukuran Perusahaan terhadap Praktik Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia". *Pekbis Jurnal*, Vol.1, No.3, h 180-189.
- Fauziah, Fitri Ella. 2015. "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Kualitas Laba dengan *Corporate Governance* Sebagai Variabel Moderating". *Jurnal Akuntansi & Auditing*, Vol.11, No. 1, h 38 – 60.
- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21 Update Pls Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gery. 2014. "Perhitungan dan Kewajiban Biaya S dengan Pajak". Diakses dari <http://gharseno.blogspot.co.id/2014/05/perhitungan-dan-kewajiban->

biaya-csr.html?m=1, pada tanggal 20 Desember 2018.

- Gunawan dan Suharti, Sri Utami. 2013. *Peranan Corporate Social Responsibility Dalam Nilai Perusahaan*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2013. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan Edisi 11*. Rajawali Pers, Jakarta
- Haryanto, Joko Tri. “Evolusi Fungsi Perpajakan”. Diakses dari <http://www.kemenkeu.go.id/en/node/44642>, pada tanggal 20 Desember 2018.
- Healy, Paul M. and James. Wahlen. 2009. *A Review of the Management Literature and Its Implications for Standard Setting*. Accounting Horizons, Dec 1999, Vol.13, No.4, Accounting & Tax, Page 365 -368
- Indriantoro, N dan Bambang. 2009. *Metodologi Penelitian Bisnis (Ed. 11)*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UGM.
- Khotimah, Husnul. 2014. “Pengaruh Perencanaan Pajak terhadap Manajemen Laba”. *Esensi Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 4, No 2.
- Kusuma, Destia *et al.* 2014. “Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Pemoderasi”. *Diponegoro Journal Of Accounting*, Vol. 3, No 1, h 1-13.
- Lanis, R. and G. Richardson. 2012. “Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis”. *J. Account. Public Policy*, pp.86-108
- Mardiasmo. 2011. “Perpajakan”. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Nugraha, Novia Bani. 2015. *Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak*. Jurnal. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang
- Pohan, CA. 2018. *Optimizing Corporate Tax Management*. Jakarta: Bumi Aksara
- Pradipta, Dyah Hayu dan Anna Purwaningsih. 2014. Pengaruh Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC), dengan Ukuran Perusahaan dan Leverage sebagai Variabel Kontrol. Jurnal SNA
- Prasetya, Pria Juni *et al.* 2015. “Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Intervening”. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol. 14, No 1, h 511-538.

- Purwitaningrum, Harum Putri. “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Non Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2011)”. *Tesis Digital MAKSI*, Vol. 12.
- PT Bursa Efek Indonesia. 2018. Laporan Keuangan dan Tahunan di <https://www.idx.co.id/perusahaan-tercatat/laporan-keuangan-dan-tahunan/> (di akses 21 Desember 2018)
- Rochmat Soemitro. 2012. *Perpajakan Teori dan Teknis Pemungutan*. Bandung: Graha Ilmu
- Rahman, Annissa dan Hutagaol, Yanthi. 2008. “Manajemen Laba melalui AkruaI dan Aktivitas Real pada Penawaran Perdana dan Hubungannya dengan Kinerja Jangka Panjang “. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*
- Rahmilia Agustina. 2016. Analisis Pengaruh Agresivitas Pajak Dan Manajemen Laba Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Skripsi. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang
- Ricardo. Dolan, Simon. Tsafirir, Shay. 2015. *The Role Of Power In Financial Statement Fraud Schemes*. *Journal Of Business Ethics* 131: 803-813
- Risma Cahyani. 2016. Pengaruh Manajemen Laba Dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
- Sofiyan. 2013. *Metode penelitian kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana penanda Media Group.
- Suandy, E. 2008. *Perencanaan pajak Ed.4*. Jakarta: Salemba Empat
- Suandy, rly. 2014. “Perencanaan Pajak edisi 5”. Jakarta: Salemba empat.
- Sugiyono. 2013. *Metode penelitian pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif, R&B)*. Bandung: Alfabeta.
- Said, Muhammad. 2015. *Corporate Social Responcibility*. The Jakarta Consulting Group, Jakarta
- Santana, Dewa Ketut Wira *et al.* 2016. “Pengaruh Perencanaan Pajak, Kepemilikan Manajerial dan Ukuran Perusahaan terhadap Praktek Manajemen Laba” *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol. 14, No 3, h 1555-1583.
- Sembiring, Edi Rismanda. (2015). “Kinerja Keuangan, Political Visibilty, Ketergantungan Pada Hutang, Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan”. *Symposium Nasional Akuntansi Vi*.
- Setyamurti, ita atna. 2015. “Analisis Pengaruh *Corporate Governance* dan Manajemen Laba Terhadap Likuiditas”. Universitas Diponegoro:

Semarang.

- Siregar, Rifka dan Dini Widyawati. 2017. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Di BEI*. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi. Vol. 5. No. 2.
- Suhaidi. 2014. Pengaruh CSR *Disclosure* Terhadap *Earning Response Coefficient* (Suatu Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta). Jurnal SNA X, AKPM-08
- Sumomba, Christina Ranty *et al.* 2010. “Pengaruh Beban Pajak Tangguhan dan Perencanaan Pajak terhadap Manajemen Laba”. *Kinerja*, Vol. 16, No 2, h 103-115.
- Ulfah, Yana. 2012. “Pengaruh Beban Pajak Tangguhan dan Perencanaan Pajak terhadap Praktik Manajemen Laba” *Prosiding Simposium Nasional Perpajakan 4*.
- Wahyudi, Isa. 2015. *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan dan Implementasi*, In-Trans Publishing, Malang.
- Winarsih, Rina, dkk. “Pengaruh *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Tindakan Pajak Agresif”. Simposium Nasional Akuntansi 17 Mataram, Lombok, 2014.
- Yintayani, Ni Nyoman. “Faktor-Faktor yang Memengaruhi *Social Corporate Responsibility* (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009)”. Denpasar: Tesis. Tidak dipublikasikan, 2011.
- Yoehana, Maretta. 2013. *Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2011)*. Jurnal. Universitas Diponegoro: Semarang
- Yudanto, Danang Tri., dan Ratnaningsih, Dewi. 2012. “Pengaruh Struktur Kepemilikan Institusional dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi terhadap Tipe Manajemen Laba Efisien atau Oportunistik (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI)”.
- Yusrianti. 2015. “Pengaruh Perencanaan Pajak terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)”. *Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo*

LAMPIRAN
DAFTAR PERUSAHAAN SAMPEL

NO.	KODE	NAMA PERUSAHAAN
1	AMFG	Asahimas Flat Glass Tbk
2	APLI	Asiaplast Industries Tbk
3	ARNA	Arwana Citramulia Tbk
4	ASII	Astra International Tbk
5	AUTO	Astra Otoparts Tbk
6	BTON	Betonjaya Manunggal Tbk
7	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk
8	DLTA	Delta Djakarta Tbk
9	DVLA	Darya-Varia Laboratoria Tbk
10	EKAD	Ekadharma International Tbk
11	GGRM	Gudang Garam Tbk
12	HMSP	HM Sampoerna Tbk
13	IGAR	Champion Pacific Indonesia Tbk
14	INAI	Indal Aluminium Industry Tbk
15	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
16	INDS	Indospring Tbk
17	INTP	Indocement Tunggul Prakarsa Tbk
18	KAEF	Kimia Farma (Persero) Tbk
19	LMPR	Lionmesh Prima Tbk
20	PASU	Prima Alloy Steel Universal Tbk

TAX PLANNING

NO.	KODE	2012	2013	2014	2015	2016
1	AMFG	0,189536	0,319894	0,246371	0,228782	0,270497
2	APLI	0,177142	0,610297	0,966775	0,669076	0,093807
3	ARNA	0,279991	0,266718	0,176448	0,234890	0,285913
4	ASII	0,229471	0,162063	0,203886	0,231879	0,204300
5	AUTO	0,130551	0,153600	0,140187	0,179876	0,198605
6	BTON	0,284095	0,131583	0,223381	0,200711	0,539089
7	CPIN	0,270127	0,265448	0,224789	0,192786	0,178051
8	DLTA	0,453099	0,253986	0,398277	0,279235	0,266149
9	DVLA	0,049271	0,272526	0,284318	0,332113	0,463672
10	EKAD	0,283595	0,216861	0,194546	0,233376	0,315350
11	GGRM	0,264046	0,277629	0,278238	0,256509	0,229148
12	HMSP	0,241562	0,228731	0,259574	0,251759	0,291788

13	IGAR	0,217573	0,348474	0,346152	0,369272	0,169355
14	INAI	0,351919	0,245615	0,164659	0,598133	0,325671
15	INDF	0,357058	0,288255	0,355938	0,492936	0,385059
16	INDS	0,946118	0,975339	0,265877	0,205157	0,349559
17	INTP	0,522835	0,221690	0,203586	0,250895	0,219986
18	KAEF	0,244144	0,238830	0,268790	0,348519	0,158999
19	LMPR	0,515744	0,261260	0,207394	0,616633	0,471063
20	PASU	0,015638	0,064376	0,075586	0,027560	0,023481

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)

NO.	NAMA	2012	2013	2014	2015	2016
1	AMFG	0,410256	0,487179	0,602564	0,602564	0,602564
2	APLI	0,320513	0,320513	0,333333	0,333333	0,346154
3	ARNA	0,500000	0,512821	0,551282	0,551282	0,576923
4	ASII	0,820513	0,897436	0,897436	0,884615	0,897436
5	AUTO	0,525641	0,551282	0,589744	0,628205	0,692308
6	BTON	0,269231	0,269231	0,269231	0,269231	0,269231
7	CPIN	0,205128	0,205128	0,230769	0,230769	0,256410
8	DLTA	0,384615	0,384615	0,410256	0,410256	0,448718
9	DVLA	0,320513	0,320513	0,410256	0,410256	0,423077
10	EKAD	0,230769	0,230769	0,282051	0,282051	0,282051
11	GGRM	0,230769	0,230769	0,230769	0,243590	0,243590
12	HMSP	0,333333	0,333333	0,474359	0,474359	0,474359
13	IGAR	0,064103	0,064103	0,064103	0,256410	0,358974
14	INAI	0,115385	0,115385	0,141026	0,141026	0,166667
15	INDF	0,641026	0,641026	0,717949	0,717949	0,769231
16	INDS	0,256410	0,256410	0,256410	0,269231	0,294872
17	INTP	0,705128	0,705128	0,769231	0,820513	0,833333
18	KAEF	0,346154	0,346154	0,358974	0,371795	0,371795
19	LMPR	0,307692	0,307692	0,333333	0,333333	0,384615
20	PASU	0,435897	0,461538	0,538462	0,538462	0,653846

MANAJEMEN LABA

NO	NAMA	2012	2013	2014	2015	2016
1	AMFG	(0,058901)	0,025309	0,001162	(0,045820)	(0,011296)
2	APLI	0,007615	0,021552	0,079720	(0,147825)	(0,014017)
3	ARNA	(0,011144)	(0,025618)	(0,066478)	(0,014279)	0,050548
4	ASII	0,185372	0,131927	0,121679	0,043516	0,068011
5	AUTO	0,072785	0,200295	0,106902	0,086022	0,089280
6	BTON	(0,172932)	(0,161240)	(0,003203)	0,125182	0,012437

7	CPIN	(0,017573)	0,205776	0,127423	0,053673	0,125389
8	DLTA	0,176702	(0,029613)	(0,055504)	(0,111853)	0,155068
9	DVLA	(0,015610)	0,071981	0,039551	0,029196	(0,007660)
10	EKAD	0,080526	0,057809	0,037855	0,073746	0,105410
11	GGRM	0,054121	0,172815	0,010449	0,060552	0,084459
12	HMSP	(0,263588)	(0,158699)	0,281954	(0,002697)	(0,006388)
13	IGAR	(0,105674)	0,088637	0,034676	0,004160	0,084651
14	INAI	0,230341	0,029541	0,239409	(0,101741)	(0,076966)
15	INDF	(0,037441)	0,025759	(0,019614)	0,003931	(0,031438)
16	INDS	0,102774	0,203580	0,053093	(0,033826)	0,057113
17	INTP	0,018999	0,002266	(0,033614)	0,002625	(0,016014)
18	KAEF	0,008216	0,051151	0,008016	(0,014343)	(0,004184)
19	LMPR	(0,075605)	0,307204	0,109506	0,098858	(0,048987)
20	PASU	0,099340	0,099163	0,062522	0,090723	0,034080

