

PERENCANAAN PAJAK UNTUK BIAYA CSR DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN SAVANT

A Ragil Kuncoro

Politeknik Keuangan Negara STAN, Tangerang Selatan

email : ant_ragil_kun@pknstan.ac.id

Abstrack

Basically every company has a CSR concept. This concept states that the company has a concern to other parties outside the business interests of the company. In practice, this concern will create a future economic sacrifice for the company. It is interesting to note that the economic sacrifice can not be separated from the concept of cost. Until now, It's still a debate among businessmen about the tax treatment on the cost of CSR. This paper is a qualitative study with a case study approach that wants to answer how the tax treatment on costs arising from CSR activities and how to use SAVANT approach to employ tax planning related to the cost of CSR. Hopefully, this research is useful for business people to optimize profits without ignoring corporate social responsibility.

Keywords : *corporate social responsibility, CSR, SAVANT, tax planning*

Abstrak

Pada dasarnya setiap perusahaan memiliki konsep CSR. Konsep ini menyatakan bahwa perusahaan memiliki kepedulian kepada pihak-pihak lain di luar kepentingan bisnis perusahaan. Dalam praktiknya, kepedulian ini akan memunculkan suatu pengorbanan ekonomi di masa depan bagi perusahaan. Menarik untuk disimak bahwa pengorbanan ekonomi tidak dapat lepas dari konsep biaya. Sampai saat ini masih menjadi perdebatan di kalangan pengusaha mengenai perlakuan perpajakan atas biaya CSR. Paper ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang ingin menjawab bagaimana perlakuan perpajakan atas biaya yang timbul dari aktivitas CSR dan bagaimana menggunakan pendekatan SAVANT untuk perencanaan pajak berkaitan dengan biaya CSR. Harapannya, penelitian ini bermanfaat bagi para pelaku bisnis untuk mengoptimalkan laba tanpa mengabaikan tanggung jawab sosial perusahaan.

Kata kunci: perencanaan pajak, corporate social responsibility, CSR, SAVANT, tax planning

PENDAHULUAN

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) selalu menarik untuk didiskusikan. Masyarakat teringat kembali akan CSR ketika kasus Ajinomoto yang mengandung *bactosoytone*, nutrisi untuk pertumbuhan bakteri yang merupakan hasil hidrolisa enzim kedelai terhadap biokatalisator *porcine* yang berasal dari pankreas babi, dipertanyakan kehalalannya oleh MUI. (Pikiran Rakyat, Juni 2004). Selain itu munculnya kasus HIT, Nike dan yang paling menggemparkan kasus Lapindo, semakin menegaskan dibutuhkannya aksi nyata dari CSR.

Kasus-kasus tersebut memicu sikap kritis masyarakat untuk mempertanyakan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai sebuah referensi etis perusahaan dalam menjalankan

usahanya. Pemerintah sebagai regulator tanggap akan permasalahan ini dengan mengakomodasi dalam UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Tanggung jawab sosial perusahaan secara resmi dicantumkan pada Bab V, Pasal 74 mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Selanjutnya dalam penjelasan pasal 74 dinyatakan bahwa tujuan dari ketentuan ini adalah untuk menciptakan hubungan perseroan yang serasi, seimbang dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma dan budaya masyarakat setempat.

Pada dasarnya setiap perusahaan memiliki konsep CSR. Konsep ini ada yang secara jelas dinyatakan dalam *code of conduct* atau *code of ethic* perusahaan, dan ada yang bersifat tafsiran dari *code of ethic*. Secara sederhana konsep ini menyatakan bahwa perusahaan



memiliki kepedulian kepada pihak-pihak lain di luar kepentingan bisnis perusahaan. Dalam praktiknya, kepedulian ini akan memunculkan suatu pengorbanan ekonomi di masa depan bagi perusahaan.

Menarik untuk disimak bahwa pengorbanan ekonomi tidak dapat lepas dari konsep biaya dan menjadi kewajiban bagi perusahaan. Untuk badan usaha berbentuk perseroan terbatas, hal ini jelas dinyatakan dalam pasal 74 ayat 2 yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajiban. Hal ini dapat juga diartikan bahwa badan usaha yang tidak berbentuk perseroan tidak memiliki kewajiban CSR dan secara otomatis juga tidak memiliki biaya CSR. Dalam praktiknya, tidak semua perseroan terbatas mempunyai biaya CSR dan tidak semua badan usaha bukan perseroan terbatas, tidak mempunyai biaya CSR.

Sampai saat ini masih menjadi perdebatan di kalangan pengusaha mengenai perlakuan perpajakan atas biaya CSR, bagaimana konsep kepatutan dan kewajiban biaya yang dicadangkan sebagaimana diamanatkan dalam UU Perseroan Terbatas. Dan terakhir kalangan usaha mengusulkan adanya kompensasi/insentif pajak apabila mereka menjalankan CSR.

Secara umum, perusahaan memiliki konsep CSR mulai dari tingkat paling primitif (kedermawanan yang bersifat karitatif) sampai pada tingkat modern yang memandang CSR sebagai *memberikan lebih dari yang menjadi harapan pelanggan* (Wibisono, 2007). Aplikasi konsep ini dalam tindakan atau perilaku bisnis akan memunculkan biaya yang dalam paper ini akan disebut sebagai biaya CSR. Dalam konteks perpajakan, biaya merupakan salah satu unsur pengurang penghasilan bruto.

Penelitian terkait dengan biaya CSR dan pajak ini sudah cukup banyak dilakukan. Sebagian besar meneliti pengaruh aktivitas CSR terhadap agresivitas penghindaran pajak. Penelitian Wahyudi (2015) misalnya mengangkat tema pengaruh aktivitas CSR

terhadap penghindaran pajak. Dengan pendekatan kuantitatif, Wahyudi melakukan analisis regresi variabel terikat penghindaran pajak dengan variabel bebas CSR. Hasil penelitian terhadap perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012 menunjukkan bahwa tingkat aktivitas CSR tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak.

Penelitian dengan arah sebaliknya dari penelitian Wahyudi, dilakukan oleh Octaviana dan Rohman (2014). Penelitian mereka menguji pengaruh agresivitas pajak terhadap CSR. Dengan menggunakan sampel perusahaan tambang dan properti yang terdaftar di Bursa sepanjang tahun 2009 – 2012, penelitian menunjukkan bahwa agresivitas pajak berpengaruh negatif terhadap CSR. Dengan kata lain perusahaan dengan agresivitas pajak rendah cenderung mengungkapkan informasi CSR berlebihan.

Jika disimak lebih lanjut, CSR dan pajak adalah dua hal yang tidak mungkin dihindari perusahaan. Di antara penelitian yang menempatkan biaya CSR dan pajak sebagai sebuah dikotomi, paper ini mencoba menawarkan jawaban bagaimana kewajiban CSR dan pajak dapat dijalankan bersama tanpa mengganggu pencapaian tujuan perusahaan. Penelitian serupa pernah dilakukan Sari dan Izzaty (2012) yang mengangkat tema bagaimana menggunakan CSR sebagai strategi pengurangan pajak pada BUMN. Penelitian Sari dan Izzaty menggunakan pendekatan studi kasus pada PT Semen Baturaja dan PT Bukit Asam. Penelitian ini pada intinya mengkaji kemungkinan pemberian insentif pengurangan pajak bagi perusahaan yang menjalankan aktivitas CSR.

Berbeda dengan penelitian Sari & Izzaty yang berfokus pada otoritas, paper ini berfokus pada perusahaan tentang bagaimana perusahaan dapat menjalankan kewajiban pajaknya sekaligus memenuhi tanggung jawab sosial yang mewujud dalam aktivitas CSR. Untuk menjawab hal tersebut, peneliti menggunakan studi literatur untuk mengidentifikasi bagaimana perlakuan perpajakan atas biaya yang timbul dari aktivitas CSR. Dengan mengetahui perlakuan perpajakan atas biaya CSR, paper ini

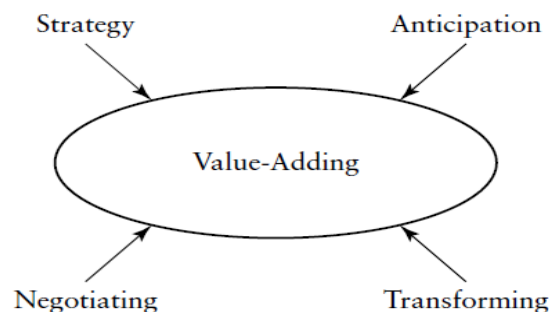


menawarkan cara bagaimana menggunakan pendekatan SAVANT untuk perencanaan pajak berkaitan dengan biaya CSR. Pendekatan SAVANT yang diperkenalkan oleh Karayan & Swenson (2007) menempatkan pajak sebagai bagian tidak terpisahkan dari *strategic plan* perusahaan melalui analisis sistematis sebagai dasar tindakan antisipasi, negosiasi serta transformasi yang bertujuan memaksimalkan nilai para pemegang saham atau nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Paper ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Menurut Creswell (2013, 135), studi kasus boleh dikatakan sebagai penelitian yang berfokus pada suatu fenomena tertentu atau kejadian pada suatu sistem yang terikat, atau

Gambar 1: SAVANT Framework



Sumber: Karayan & Swenson (2007).

Pendekatan SAVANT dilakukan dengan mengidentifikasi strategi terkait biaya CSR dan tujuan perusahaan, langkah antisipasi yang mungkin dilakukan tanpa mengabaikan nilai tambah dari setiap pilihan yang ada yang mana pilihan-pilihan dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti negosiasi maupun mentransformasi biaya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Definisi tunggal mengenai CSR sampai saat ini belum ditemukan. Bank Dunia yang memberikan definisi CSR sebagai “*the commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives the*

tempat atau waktu tertentu. Kasus di sini dapat berupa program, peristiwa atau aktivitas tertentu. Tujuan dari penggunaan pendekatan studi kasus adalah agar peneliti dapat mengeksplorasi fenomena secara lebih mendalam. Dalam paper ini kasus yang diangkat adalah pembebanan biaya CSR untuk kepentingan perpajakan.

Untuk memecahkan kasus diperlukan studi literatur yang memadai. Terkait dengan paper ini, literatur yang digunakan berupa peraturan-peraturan dan teori yang relevan terkait dengan biaya CSR dan aspek pemajakannya. Untuk melakukan kajian perencanaan pajak biaya CSR, peneliti menggunakan pendekatan SAVANT (*SAVANT Framework*). Istilah SAVANT sendiri merupakan akronim dari *strategy, anticipation, value-adding, negotiating* dan *transforming*.

local community and society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development”. Sementara menurut negara-negara Uni Eropa *CSR is a concept whereby companies integrated social and environmental concern in their business operations and in their interaction with their stakeholders on a voluntary basic*. Walaupun tidak ada definisi tunggal mengenai CSR, namun terdapat konsensus umum yang mengakui bahwa perusahaan merupakan bagian dari masyarakat yang juga memiliki tanggung jawab sosial sebagaimana layaknya manusia yang menjadi bagian dari lingkungan.

Porter dan Kramer (2006) menyatakan bahwa terdapat empat faktor yang mendorong perusahaan untuk berperilaku demikian, yaitu *moral obligation, sustainability, license-to-*



operate dan *reputation agreement*. Keempat faktor ini yang kemudian menjadi alasan logis suatu perusahaan menjalankan program CSR.

Dari sudut pandang *cost management*, aktivitas CSR akan memunculkan *quality cost* dan *environmental cost*. *Quality cost* adalah biaya yang timbul sebagai akibat perusahaan menjalankan aktivitas untuk mencapai suatu kualitas tertentu. Tingkat kualitas yang dimaksud adalah apabila produk yang dihasilkan memenuhi atau melebihi apa yang menjadi harapan pelanggan. *Environmental cost* merupakan salah satu bentuk spesifik dari *quality cost* yang bisa juga disebut *environmental quality cost* (Hansen & Mowen, 2003). *Quality cost* maupun *environmental cost* dapat dibagi menjadi empat kategori, yaitu *prevention cost*, contohnya biaya review desain, analisis dampak dsb, *appraisal cost/detection cost*, misalnya biaya uji coba, *internal failure cost*, sebagai contoh biaya terkait sampah dan sisa produksi dan *external failure cost*, seperti biaya garansi, komplain maupun tuntutan peraturan ataupun pelanggan (www.dti.gov.uk).

Perusahaan yang mendasarkan kegiatan CSR, sebagai bagian dari *moral obligation*, atau berdasarkan *sustainability* dan *license-to-operate*, akan terkait dengan salah satu atau beberapa aktivitas yang memunculkan *quality cost* maupun *environmental cost*. Namun bagi perusahaan yang menjalankan kegiatan CSR sebagai sekadar upaya membangun reputasi (*reputation agreement*) biasanya mengaitkan kegiatan CSR dengan aktivitas pemasaran. Pemasaran di sini lebih kepada pemasaran *image* perusahaan sebagai sebuah perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial (Porter & Kramer, 2006). Sebagai contoh perusahaan bahan-bahan kimia yang memberikan program asuransi gratis. Contoh lain, misalnya perusahaan industri makanan cepat saji di Amerika mendirikan pusat terapi anak yang menderita obesitas. Biaya CSR yang timbul akibat aktivitas-aktivitas demikian oleh perusahaan akan dibebankan sebagai biaya pemasaran, biaya promosi, biaya lain-lain, hibah dan/atau sumbangan.

Dengan demikian dapat disimpulkan biaya-biaya yang timbul sebagai akibat dari aktivitas CSR yang dilakukan perusahaan, dari

sudut pandang perpajakan dapat dikelompokkan menjadi biaya yang terkait dengan kegiatan 3M (mendapatkan, menagih dan memelihara) penghasilan, dan biaya yang tidak terkait dengan 3M. Biaya yang terkait dengan kegiatan 3M adalah biaya CSR yang melekat dalam proses produksi perusahaan yaitu berupa *prevention cost*, *detection cost* dan *internal failure cost*. Biaya-biaya ini secara umum boleh dikurangkan pada penghasilan bruto perusahaan sesuai pasal 6 ayat 1 UU PPh, kecuali diatur secara khusus. Biaya CSR terkait dengan upaya membangun reputasi atau citra perusahaan di mana biaya ini tidak terkait dengan 3M seperti misalnya promosi, sumbangan, hibah, pemberian beasiswa, - secara umum tidak boleh dikurangkan pada penghasilan bruto, kecuali diatur secara khusus.

Pengaturan khusus untuk biaya perusahaan yang terkait erat dengan CSR bisa dibaca pada Pasal 6 ayat 1 huruf a angka 7, huruf i, j, k, l & m UU PPh sebagai berikut:

- biaya promosi dan penjualan yang diatur dengan atau berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan;
- sumbangan dalam rangka penanggulangan bencana nasional yang ketentuannya diatur dengan Peraturan Pemerintah;
- sumbangan dalam rangka penelitian dan pengembangan yang dilakukan di Indonesia yang ketentuannya diatur dengan Peraturan Pemerintah;
- biaya pembangunan infrastruktur sosial yang ketentuannya diatur dengan Peraturan Pemerintah;
- sumbangan fasilitas pendidikan yang ketentuannya diatur dengan Peraturan Pemerintah;
- sumbangan dalam rangka pembinaan olahraga yang ketentuannya diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Peraturan khusus terkait dengan biaya promosi dan penjualan termuat dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 02/PMK.03/2010 tentang Biaya Promosi yang Dapat Dikurangkan dari Penghasilan Bruto. Adapun terkait dengan sumbangan, Pemerintah telah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 93 Tahun 2010 tentang Sumbangan Penanggulangan Bencana Nasional,



Sumbangan Penelitian dan Pengembangan, Sumbangan Fasilitas Pendidikan, Sumbangan Pembinaan Olahraga, dan Biaya Pembangunan Infrastruktur Sosial Yang Dapat Dikurangkan dari Penghasilan Bruto. Jika perusahaan membebaskan biaya terkait dengan aktivitas CSR sesuai dengan ketentuan tersebut, maka biaya dapat dikurangkan dari penghasilan bruto.

Namun pada kenyataannya terdapat biaya-biaya CSR yang sulit untuk dikelompokkan dalam kategori tertentu. Dalam hal ini *tax planning* diperlukan. Salah satu definisi yang diberikan mengenai *tax planning* adalah analisis sistematis untuk membedakan pilihan-pilihan konsekuensi pajak dengan tujuan meminimalisasi kewajiban pajak sekarang dan masa mendatang. (Lyons Susan dalam Suandy Early, 2001). *Tax planning* dengan pendekatan SAVANT berarti menempatkan pajak sebagai bagian tidak terpisahkan dari *strategic plan* perusahaan melalui analisis sistematis sebagai dasar tindakan antisipasi, negosiasi serta transformasi yang bertujuan memaksimalkan nilai para pemegang saham atau nilai perusahaan.

Antisipasi memiliki makna kesiapan perusahaan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan-perubahan yang berdampak pada aspek perpajakan di perusahaan. Misalnya antisipasi perubahan tarif pajak, antisipasi perubahan UU perpajakan, antisipasi perubahan harga produk dan banyak contoh lainnya.

Negosiasi memiliki makna langkah perusahaan untuk merundingkan faktor-faktor pemicu pajak baik kepada pemerintah maupun pihak di luar perusahaan di mana transaksi yang menjadi dasar pengenaan pajak terjadi dengan tujuan utama optimalisasi pajak.

Sebagai contoh negosiasi dengan pemerintah untuk memperoleh fasilitas perpajakan misalnya tarif yang lebih rendah atau bahkan dibebaskan, kompensasi kerugian yang lebih lama atau pembebanan biaya yang lebih besar. Berikut ini contoh negosiasi yang dilakukan Bank Dunia berkaitan dengan CSR pada industri pertambangan dan jawaban DJP yang termuat dalam Surat Dirjen Pajak Nomor S-301/PJ.312/2003 tentang Tanggapan Atas

Rekomendasi World Bank Untuk Pengembangan Sektor Pertambangan Yang Berkaitan Dengan Undang-Undang Pajak Penghasilan.

Rekomendasi World Bank:

At closure, certain assets, such as fire trucks, ambulances, water purification infrastructure and so forth suitable for transfer to public utilities and communities will be available. It is recommended that transfer of such social assets to a public entity be exempted or free from transfer and other taxes.

Tanggapan DJP:

Perlakuan Pajak Penghasilan atas transfer tersebut adalah diperlakukan sebagai sumbangan.

Rekomendasi World Bank:

It is recommended that the tax law should automatically allow the deduction as a cost of certain types of investment in communities and regional infrastructure up to a prescribed limit based on the annual gross mine revenues. The types of such investment and the limit should be explicitly described by regulation or official instruction.

Tanggapan DJP:

Pada prinsipnya biaya-biaya yang dapat dikurangkan dari penghasilan bruto adalah biaya-biaya yang berkaitan langsung dengan kegiatan untuk mendapatkan, menagih, dan memelihara penghasilan (*income generating activities*) yang merupakan Objek Pajak yang dikenakan Pajak Penghasilan berdasarkan ketentuan umum. Oleh karena itu pembebanan biaya *investment in communities and regional infrastructure* dalam penghitungan Pajak Penghasilan harus diuji berdasarkan prinsip tersebut.

Pada UU Nomor 10 Tahun 1994 Tentang Perubahan atas UU PPh, biaya CSR terkait usaha pertambangan yaitu biaya reklamasi, telah boleh dicadangkan sebagaimana diatur dalam Pasal 9 ayat 1 huruf c. Dalam perkembangannya, pada UU Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Perubahan Keempat atas UU PPh, pembentukan atau pemupukan dana



cadangan, -dengan peraturan lebih lanjut, yang diijinkan meliputi:

- cadangan biaya reklamasi untuk usaha pertambangan;
- cadangan biaya penanaman kembali untuk usaha kehutanan; dan
- cadangan biaya penutupan dan pemeliharaan tempat pembuangan limbah industri untuk usaha pengolahan limbah industri,

Contoh lain dari negosiasi termuat dalam Surat Dirjen Pajak Nomor S-220/PJ.312/1996 tentang Biaya Promosi Liga Kansas. Dalam surat ini, DJP menyetujui tambahan biaya promosi untuk Liga Kansas yang diajukan penyelenggara, sepanjang didukung dengan bukti-bukti pengeluaran yang syah.

Selain melakukan antisipasi dan negosiasi, perencanaan pajak juga perlu melakukan transformasi. Transformasi merupakan teknik aplikasi dalam perencanaan pajak. Teknik ini pada umumnya dapat digolongkan ke dalam empat tipe, yaitu: *creation*, *conversion*, *timing* dan *splitting*. *Creation* berarti menciptakan sesuatu yang bisa dimanfaatkan untuk memperoleh manfaat pajak seperti subsidi atau insentif pajak. *Conversion* berarti melakukan atau mengubah operasi perusahaan yang memberikan manfaat pajak optimal. *Timing* berarti menerapkan teknik-teknik yang berfungsi menempatkan dasar pengenaan pajak pada waktu yang tepat dalam kerangka mengoptimalkan pajak. *Splitting* berarti menerapkan teknik-teknik yang mampu menggeser atau menyebarkan beban pajak pada beberapa penanggung pajak atau obyek pajak pada beberapa tarif pajak yang berbeda. Dalam pendekatan SAVANT, strategi tersebut dijalankan dengan orientasi transaksi dan dalam perspektif waktu.

Terkait dengan transformasi biaya CSR yang bisa dilakukan misalnya mengubah sumbangan kepada masyarakat umum menjadi sumbangan keagamaan sebagaimana diatur dalam Pasal 9 ayat 1 huruf g UU PPh. Pasal 9 ayat 1 huruf g mengatur sumbangan yang tidak boleh dikurangkan dari penghasilan bruto, kecuali:

... sumbangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6 ayat (1) huruf i sampai dengan huruf m serta zakat yang diterima oleh badan amil zakat

atau lembaga amil zakat yang dibentuk atau disahkan oleh pemerintah atau sumbangan keagamaan yang sifatnya wajib bagi pemeluk agama yang diakui di Indonesia, yang diterima oleh lembaga keagamaan yang dibentuk atau disahkan oleh pemerintah, yang ketentuannya diatur dengan atau berdasarkan Peraturan Pemerintah;

Pada akhirnya, pertimbangan utama pada perencanaan pajak berkaitan dengan biaya CSR ini adalah *cost-benefit analysis*. Manakah yang memberi agregat manfaat terbanyak bagi perusahaan? Perencanaan pajak bukanlah tanpa biaya sehingga pertimbangan biaya berkaitan dengan pajak termasuk juga biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk mencapai optimalisasi pajak.

Transformasi sebagai sebuah alat, dapat digunakan untuk mencapai *value added* yang diharapkan perusahaan. Perlukah perusahaan mentransformasi biaya lingkungan ke bentuk biaya CSR yang bersifat kesukarelaan (*filantropy*)? Jika langkah ini diambil, teknik apa yang dapat memberikan *value added* maksimal bagi perusahaan, apakah *creation*, *conversion*, *timing* atau *splitting*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Biaya CSR dapat diartikan sebagai biaya-biaya yang timbul sebagai akibat dari aktivitas CSR yang dilakukan perusahaan. Dari sudut pandang perpajakan, biaya ini dapat dikelompokkan menjadi 2 (dua) yaitu biaya yang terkait dengan kegiatan 3M (mendapatkan, menagih dan memelihara) penghasilan, dan biaya yang tidak terkait dengan 3M. Biaya yang terkait dengan kegiatan 3M adalah biaya CSR yang melekat dalam proses produksi perusahaan berupa *prevention cost*, *detection cost* dan *internal failure cost*. Biaya-biaya ini boleh dikurangkan pada penghasilan bruto perusahaan sepanjang sesuai pasal 6 ayat 1 UU PPh.

Biaya yang tidak terkait dengan kegiatan 3M oleh perpajakan digolongkan sebagai sumbangan. Walaupun perusahaan membebaskan dalam bentuk biaya promosi, pemasaran, beasiswa, sumbangan, pemberian cuma-cuma, hibah, natura, atau biaya lain-lain. Biaya ini pada dasarnya tidak boleh



dikurangkan pada penghasilan bruto. Perencanaan pajak yang bisa dilakukan adalah UU Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang dengan memanfaatkan peraturan yang ada Perseroan Terbatas. terkait dengan sumbangan, mengubah mekanisme transaksi atau pun melakukan Anonim. *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Sosial Responsibility)*. Modul. negosiasi.

Dalam konteks SAVANT perencanaan pajak bukan merupakan sesuatu yang berdiri sendiri, tetapi merupakan bagian dari rencana strategis perusahaan. Untuk itu, bagi perusahaan yang menjalankan CSR disarankan untuk meninjau secara teliti aspek-aspek perencanaan pajak terutama menyangkut biaya CSR dan menempatkan perencanaan pajak dan CSR dalam satu rangkaian dengan rencana strategis perusahaan.

Perusahaan yang mampu menempatkan CSR dan pajak dalam satu rangkaian rencana strategis akan memberikan manfaat pada semakin kuatnya *competitive advantage* perusahaan yang bersangkutan. Di sisi lain, keberlangsungan hidup (*sustainability*) perusahaan juga semakin meningkat sebagai hasil dari persepsi sebagai perusahaan yang memiliki nilai lebih pada para *stakeholdernya*. Hasil tambahan berikutnya adalah meningkatnya *value* perusahaan. Dengan demikian maka perencanaan pajak untuk biaya CSR telah berfungsi membantu mengimplementasikan rencana strategis perusahaan.

Penelitian ini bersifat kualitatif yang mengandung keterbatasan kasuistik dengan kata lain hasil kajian tidak serta merta dapat berterima umum. Untuk mendapatkan hasil penelitian lebih baik, peneliti yang tertarik meneliti tema ini dapat memperdalam kajian dengan memasukkan analisis industri dan jenis-jenis biaya CSR yang dikeluarkan. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan pendekatan lain misalnya pendekatan SWOT untuk melakukan perencanaan pajak terkait biaya CSR.

DAFTAR PUSTAKA

UU Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2000 tentang Perubahan Ketiga atas UU No. 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan.

Anthony, Robert N. & Govindarajan, Vijay. *Management Control System*. Singapore: McGraw-Hill, 2007.

Ahmad Kamaruddin. *Akuntansi Manajemen: Dasar-dasar Konsep Biaya dan Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1997.

Cooper, Donald R. & Schindler, Pamela S. *Business Research Methods*. Singapore: McGraw Hill, 2006.

Hansen, D.R & Mowen, M.M. *Cost Management: Accounting and Control*. Ohio: South Western Publishing, 2003.

Karayan, John E. & Swenson, Charles W. *Strategic Tax Business Planning*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 2007.

Kaplan, R.S, & Atkinson, A.A. *Advanced Management Accounting*. Englewood Cliffs, N.J: Prentice-Hall, Inc., 1998.

Octaviana, N.E, & Rohman, A. Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Corporate Social Responsibility: Untuk Menguji Teori Legitimasi. *Diponegoro Journal of Accounting*, Vol. 3 No. 2., 2014.

Petty & Keown. *Financial Management-Basic*.

Porter, Michael E & Kramer, Mark R. *Strategy & Society*. Harvard Business Review at www.hbr.org

Sari, R., & Izzaty. Kebijakan Corporate Social Responsibility Sebagai Strategi Pengurangan Pajak Pada Badan Usaha Milik Negara: Studi Kasus PT. Semen Baturaja (Persero) dan PT Bukit Asam (Persero) Tbk. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, Vol. 3 No. 2., 2012.



Suandy, Early. *Perencanaan Pajak*. Jakarta: Salemba Empat, 2001.

Zain, Mohammad. *Manajemen Perpajakan*. Jakarta: Salemba Empat, 2003.

Wahyudi, Dudi. Analisis Empiris Pengaruh Aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Penghindaran Pajak Indonesia. *Jurnal Lingkar Widyaiswara*, Edisi 2 No. 24., 2015.

Website:
www.dti.gov.uk
www.oecd.org
www.pikiran-rakyat.com
www.worldbank.org
www.unglobalcompact.org
www.business-ethic.org

Wibisono, Yusuf. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR (Corporate Sosial Responsibility)*. Gresik: Fascho Publishing, 2007.