

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori agensi adalah teori yang menyatakan adanya hubungan antara pihak yang memberi wewenang (prinsipal) dan pihak yang menerima wewenang (agen). Luayyi dalam Ardiansyah (2014) menjelaskan bahwa:

“Di dalam teori keagenan pada dasarnya membahas suatu bentuk kesepakatan antara pemilik modal dengan manajer untuk mengelola suatu perusahaan, di sini manajer mengemban tanggung jawab yang besar atas keberhasilan operasi perusahaan yang dikelolanya, jika dalam menjalankan amanah tersebut manajer gagal maka jabatan dan segala fasilitas yang diperolehnya menjadi taruhannya, alasan itulah yang sering kali mendasari mengapa manajer mau melakukan manajemen laba yang bersifat negatif yang semata-mata hanya ingin melindungi dirinya dan merugikan banyak pihak”.

Teori agensi ini muncul ketika ada sebuah hubungan kerja antara satu orang atau lebih (prinsipal) memberi wewenang dan bekerja sama dengan orang lain (agen) untuk menerima wewenang dan menjalankan perusahaannya. Manajer (agen) mempunyai kewajiban untuk melaporkan dan memberi informasi kepada pemilik (prinsipal), dikarenakan seorang manajer (agen) lebih mengetahui keadaan perusahaan dibanding pemilik perusahaan (prinsipal). Namun terkadang manajer tidak melaporkan keadaan perusahaan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Manajer berkewajiban untuk mengelola perusahaan dengan sebaik-baiknya sehingga perusahaan akan mendapatkan laba yang cukup signifikan,

kemudian agen melaporkan kepada pemilik perusahaan (prinsipal) tentang keadaan perusahaan untuk mengetahui apakah kinerja perusahaan berjalan dengan sesuai apa yang diharapkan. Karena memiliki tanggungjawab yang berat, manajer menuntut pemilik perusahaan (prinsipal) untuk mendapatkan imbalan yang sesuai dengan permintaan manajer. Hal ini dapat memunculkan asimetri informasi karena terdapat perbedaan kepentingan dan tujuan antara prinsipal dan agen.

Menurut Samuelson (2011) dalam Ardyansah (2014), asimetris informasi antara manajer dan pemilik perusahaan dapat disebabkan oleh dua faktor, yaitu:

1. *“Adverse selection*

Adverse selection mengungkapkan bahwa adanya ketidak seimbangan informasi yang dimiliki antara kedua belah pihak yaitu prinsipal (pemegang saham, debitur, pemilik perusahaan) dan agen (manajemen perusahaan).

2. *Moral hazard*

Moral hazard menjelaskan tentang suatu bentuk penyelewengan yang dilakukan pihak agen (manajemen perusahaan) yang tidak sesuai dengan kontrak yang telah disepakati. Hal tersebut terjadi akibat kegiatan manajer perusahaan yang tidak diketahui oleh para pemegang saham maupun kreditur sehingga memungkinkan agen untuk melakukan tindakan-tindakan yang tidak sesuai dengan norma”.

Perbedaan kepentingan antara prinsipal dan agen dapat mempengaruhi berbagai hal yang menyangkut kinerja perusahaan, salah satunya adalah kebijakan perusahaan mengenai pajak. Terdapat beberapa cara untuk mengontrol tindakan *agent* terkait dengan kegiatan manajemen pajak yang dilakukan, yaitu dengan mengevaluasi hasil laporan keuangan perusahaan dengan menggunakan rasio keuangan dibandingkan dengan tindakan agresivitas pajak yang mungkin dilakukan *agent*.

2.1.2 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

2.1.2.1 Definisi Pengungkapan

Menurut Rinny (2010) dalam Tutik Ariyanti (2015), pengungkapan atau *disclosure* adalah:

“... mengkomunikasikan mengenai posisi dari keuangan dengan tidak menyembunyikan informasi, apabila dikaitkan dengan laporan keuangan, *disclosure* mengandung makna bahwa laporan keuangan harus memberikan penjelasan yang cukup mengenai hasil aktivitas suatu unit usaha kondisi keuangan perusahaan kepada para pengguna laporan keuangan”.

Sedangkan menurut Tutik Ariyanti (2015), secara konseptual pengungkapan merupakan:

“... bagian integral dari pelaporan keuangan. Secara teknis, pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi yaitu penyajian informasi dalam bentuk seperangkat penuh statemenet keuangan”.

Menurut Ghozali dan Chairiri (2007) dalam Pradnyadari (2015), pengungkapan atau *disclosure* diartikan sebagai:

“... sebuah informasi yang dapat diberikan kepada pihak-pihak yang memerlukan informasi tersebut dan informasi tersebut harus bermanfaat, jika tidak bermanfaat tujuan dari pengungkapan tersebut tidak akan tercapai”.

Dari beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pengungkapan (*disclosure*) adalah penyajian informasi yang dibutuhkan oleh pihak-pihak berkepentingan, yang dihasilkan dari pelaporan keuangan sebagai langkah akhir dalam proses akuntansi.

2.1.2.2 Jenis-Jenis Pengungkapan

Jenis pengungkapan menurut Hasudung dan Didin (2008) dalam Daniel (2013), yaitu:

1. “Pengungkapan wajib (*Mandatory Disclosure*).
Pengungkapan wajib adalah pengungkapan minimum yang disyaratkan oleh standar akuntansi yang berlaku. Di Indonesia yang menjadi otoritas pengungkapan wajib adalah Badan Pengawas Pasar Modal (BAPEPAM) berdasarkan Keputusan Ketua Bapepam dan LK Nomor : Kep134/BL/2006 Tanggal : 7 Desember 2006. tentang Pedoman Penyajian dan Pengungkapan Laporan Keuangan Perusahaan Publik mensyaratkan elemen-elemen yang seharusnya wajib diungkapkan dalam penyusunan laporan keuangan perusahaan publik di Indonesia harus sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan yang dikeluarkan oleh Ikatan Akuntansi Keuangan Indonesia (IAI).
2. Pengungkapan Sukarela (*Voluntary Disclosure*).
pengungkapan sukarela adalah pengungkapan yang dilakukan perusahaan di luar apa yang diwajibkan oleh standar akuntansi atau peraturan badan pengawas. meskipun semua perusahaan publik diwajibkan memenuhi pengungkapan minimum, mereka berbeda secara substansial dalam hal jumlah tambahan informasi yang diungkapkan ke pasar modal. Salah satu cara meningkatkan kredibilitas perusahaan adalah melalui pengungkapan sukarela secara lebih luas dan membantu investor dalam memahami strategi bisnis manajemen”.

2.1.2.3 Definisi *Corporate Social Responsibility*

Dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, *corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial dan lingkungan diartikan sebagai:

“... komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya”.

Menurut Pasal 15 huruf (b) Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal, tanggung jawab sosial perusahaan adalah:

“... tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Sehingga dalam pengelolaan SDA, kerusakan-kerusakan lingkungan yang timbul dapat diantisipasi dan ada biaya pemulihan lingkungan”.

Menurut Fitaariyani (2016), *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah “... suatu konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar perusahaan itu berada...”.

Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan komitmen berkelanjutan dari perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab terhadap *stakeholder* maupun masyarakat di lingkungan setempat.

2.1.2.4 Sumber Dana *Corporate Social Responsibility*

Menurut Maria R Nindita Radyati (2014), sumber dana CSR dapat berasal dari dua sumber, yaitu:

1. “Laba
Jika dana CSR diambil dari laba, maka CSR hanya bersifat jangka pendek dan tidak berkelanjutan, karena laba hanya akan dibagikan untuk kegiatan filantropi (seperti donasi, sumbangan, *sponsorship*, dll).
2. Dana Operasional Perusahaan
Jika CSR diambil dari dana operasional, misalnya untuk membina pemasok agar dapat menghasilkan bahan baku sesuai standar perusahaan, maka manfaat CSR dapat menciptakan dampak jangka panjang. Manfaat lainnya adalah dapat mengurangi pajak”.

2.1.2.5 Definisi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Dwi Kartini (2013:56), pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah:

“... cara pemberian informasi dan pertanggungjawaban dari perusahaan terhadap *stakeholders*. Hal ini juga merupakan salah satu cara untuk mendapatkan, mempertahankan serta meningkatkan legitimasi *stakeholders*”.

Menurut Pradnyadari (2015), *Corporate Social Responsibility Disclosure* adalah:

“... bentuk pengungkapan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan atau sosial tempat perusahaan berada. Pengungkapan tersebut dilakukan secara transparan dan terbuka dengan memperhatikan nilai-nilai moral yang berlaku”.

Sedangkan definisi menurut Rahmawati (2012:183), bahwa:

“Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting*, atau *corporate social responsibility* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan”.

Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah suatu proses pemberian informasi kepada *stakeholder* atau masyarakat luas, terkait dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan dari kegiatan operasi yang dilakukan oleh perusahaan terkait.

2.1.2.6 Faktor-Faktor Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Deegan dalam Ujang Rusdianto (2013:44), ada banyak hal yang membuat perusahaan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*-nya, yaitu:

1. “Keinginan untuk mematuhi persyaratan yang terdapat dalam undang-undang.
2. Pertimbangan rasionalitas ekonomi.
3. Keyakinan dalam proses akuntabilitas untuk melaporkan.
4. Keinginan untuk memenuhi persyaratan peminjaman.
5. Pemenuhan kebutuhan informasi pada masyarakat.
6. Sebagai konsekuensi atas ancaman terhadap legitimasi perusahaan.
7. Untuk mengukur kelompok *stakeholder* yang mempunyai pengaruh yang kuat.
8. Untuk mematuhi persyaratan industri tertentu.
9. Untuk mendapatkan penghargaan pelaporan tertentu”.

2.1.2.7 Ruang Lingkup Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Brodshaw dan Vogel dalam Busyra Azheri (2012:36), ada tiga dimensi yang harus diperhatikan, sehubungan dengan ruang lingkup CSR yaitu:

1. “*Corporate Philantrophy* adalah usaha-usaha amal yang dilakukan oleh suatu perusahaan, di mana usaha-usaha amal ini tidak berhubungan secara langsung dengan kegiatan normal perusahaan. Usaha-usaha amal ini dapat berupa tanggapan langsung perusahaan atas permintaan dari luar perusahaan atau juga berupa pembentukan suatu badan tertentu, seperti yayasan untuk mengelola usaha amal tersebut.
2. *Corporate Responsibility* adalah usaha sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan ketika sedang mengejar profitabilitas sebagai tujuan perusahaan.
3. *Corporate Policy* adalah berkaitan erat dengan bagaimana hubungan perusahaan dengan pemerintah yang berkaitan dengan posisi tawar suatu perusahaan dengan adanya berbagai kebijaksanaan pemerintah yang memengaruhi perusahaan maupun masyarakat secara keseluruhan”.

2.1.2.8 Manfaat Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Ujang Rusdianto (2013:13) terdapat manfaat CSR bagi perusahaan yang menerapkannya, yaitu:

1. “Membangun dan menjaga reputasi perusahaan.
2. Meningkatkan citra perusahaan.
3. Melebarkan cakupan bisnis perusahaan.
4. Mempertahankan posisi merek perusahaan.
5. Mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas.
6. Kemudahan memperoleh akses terhadap modal (*capital*).

7. Meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis.
8. Mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*)”.

2.1.2.9 Indikator Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dihitung berdasarkan standar GRI-G4. GRI-G4 menyediakan kerangka kerja yang relevan secara global untuk mendukung pendekatan yang terstandardisasi dalam pelaporan, yang mendorong tingkat transparansi dan konsistensi yang diperlukan untuk membuat informasi yang disampaikan menjadi berguna dan dapat dipercaya oleh pasar dan masyarakat.

GRI-G4 juga menyediakan panduan mengenai bagaimana menyajikan pengungkapan keberlanjutan dalam format yang berbeda: baik itu laporan keberlanjutan mandiri, laporan terpadu, laporan tahunan, laporan yang membahas norma-norma internasional tertentu, atau pelaporan *online*. Jenis pendekatan pengukuran GRI-G4 melalui isi laporan tahunan dengan aspek-aspek penilaian tanggungjawab sosial yang dikeluarkan oleh GRI (*Global Reporting Initiative*) yang diperoleh dari *website* www.globalreporting.org.

Dalam standar GRI-G4 (2013) indikator kinerja dibagi menjadi 3 komponen utama, yaitu ekonomi (9 item), lingkungan (34 item), dan sosial mencakup praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja (16 item), hak asasi manusia (12 item), masyarakat (11 item), tanggung jawab atas produk (9 item) dengan total kinerja indikator mencapai 91 indikator (www.globalreporting.org). Penjelasannya dapat dilihat pada Tabel 2.1 berikut:

Tabel 2.1
91 Indikator Pengungkapan CSR Berdasarkan GRI-G4

KATEGORI EKONOMI		
- Kinerja Ekonomi	EC1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan.
	EC2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim.
	EC3	Cakupan kewajiban organisasi atas imbalan pasti.
	EC4	Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah.
- Keberadaan Pasar	EC5	Rasio upah standar pegawai pemula (<i>entry level</i>) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan.
	EC6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di operasi yang signifikan.
- Dampak ekonomi tidak langsung	EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan.
	EC8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak.
- Praktik pengadaan	EC9	Perbandingan dari pemasok lokal di operasional yang signifikan.
KATEGORI LINGKUNGAN		
- Bahan	EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat dan volume.
	EN2	Presentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang.
- Energi	EN3	Konsumsi energi dalam organisasi.
	EN4	Konsumsi energi diluar organisasi.
	EN5	Intensitas energi.
	EN6	Pengurangan konsumsi energi.
- Air	EN7	Konsumsi energi diluar organisasi.
	EN8	Total pengambilan air berdasarkan sumber.
	EN9	Sumber air yang secara signifikan di pengaruhi oleh pengambilan air.
	EN10	Presentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali
- Keanekaragaman Hayati	EN11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola didalam, atau yang berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung.
	EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati tinggi diluar

		kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi dikawasan lindung.
	EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan.
	EN14	Jumlah total spesies dalam IUCN <i>RED LIST</i> dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat ditempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko penunahan.
- Emisi	EN15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (cakupan 1).
	EN16	Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung (cakupan 2).
	EN17	Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung lainnya (cakupan 3).
	EN18	Intensitas emisi gas rumah kaca (GRK).
	EN19	Pengurangan emisi gas rumah kaca (GRK).
	EN20	Emisi bahan perusak ozon (BPO).
	EN21	NO_{x0} dan SO_x dan emisi udara signifikan lainnya.
- Efluen dan limbah	EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan.
	EN23	Bobot total berdasarkan jenis metode dan pembungan.
	EN24	Jumlah dan volume total tumpahan signifikan.
	EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan Basel 2 Lampiran I, II, III dan VIII yang diangkut diimpor, di ekspor atau diolah dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional.
	EN26	Identitas, ukuran dan status lindung, dan keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkena dampak dari pembuangan dan air limpasan dari organisasi.
- Produk dan jasa	EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap dampak lingkungan produk dan jasa.
	EN28	Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasi menurut kategori.
- Kepatuhan	EN29	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan.
- Transportasi	EN30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi dan pengangkutan tenaga kerja.
- Lain-lain	EN31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis.
- Asesmen pemasok atas lingkungan	EN32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan.

	EN33	Dampak lingkungan <i>negative</i> signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasikan dan tindakan yang diambil.
- Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan	EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi.
KATEGORI SOSIAL Sub kategori : Praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja		
- Kepegawaian	LA1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan <i>turnover</i> karyawan menurut kelompok umur, gender dan wilayah.
	LA2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan.
	LA3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat resistensi setelah cuti melahirkan, menurut gender.
- Hubungan industrial	LA4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama.
- Kesehatan dan keselamatan kerja	LA5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja.
	LA6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang dan kemangkiran serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender.
	LA7	Pekerjaan yang sering terkena atau beresiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka.
	LA8	Topik kesehatan dan keselamatan tercakup dalam perjanjian formal serikat pekerja.
- Pelatihan dan pendidikan	LA9	Jam pelatihan rata-rata pertahun per karyawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan.
	LA10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti.
	LA11	Persentase karyawan yang menerima review kinerja dan pengembangan karir secara regular menurut gender dan kategori karyawan.
- Keberagaman dan kesetaraan peluang	LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan perkategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas dan indikator keberagaman lainnya.

- Kesetaraan remunerasi perempuan dan laki-laki	LA13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan.
- Asesmen pemasok terkait praktik ketenagakerjaan	LA14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan praktik ketenagakerjaan.
	LA15	Dampak negative actual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan rantai pasokan dan tindakan yang diambil.
	LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui pengaduan resmi.
KATEGORI SOSIAL Sub kategori : Hak Asasi Manusia		
- Investasi	HR1	Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia.
	HR2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan/prosedur HAM terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan operasi.
- Non diskriminasi	HR3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan korektif yang diambil.
- Kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama	HR4	Operasi pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau beresiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut.
- Pekerja anak	HR5	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi beresiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif.
- Pekerja paksa atau wajib kerja	HR6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi beresiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja.
- Praktik pengamanan	HR7	Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia di organisasi yang relevan dengan operasi.
- Hak adat	HR8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil.
- Asesmen	HR9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan <i>review</i> atau asesmen dampak hak asasi manusia.
- Asesmen pemasok atas hak asasi	HR10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia.

manusia	HR11	Dampak <i>negative</i> aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.
- Mekanisme pengaduan masalah hak asasi manusia	HR12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani dan diselesaikan melalui pengaduan formal.
KATEGORI SOSIAL Sub Kategori: Masyarakat		
- Masyarakat lokal	SO1	Persentase operasi dengan melibatkan masyarakat lokal, dampak & pengembangan.
	SO2	Operasi dengan dampak <i>negative</i> aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal.
- Anti korupsi	SO3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi.
	SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti korupsi.
	SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil.
- Kebijakan publik	SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat.
- Anti persaingan	SO7	Jumlah total tindakan hukum terkait anti persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya.
- Kepatuhan	SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan.
- Asesmen pemasok atas dampak terhadap masyarakat	SO9	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria untuk dampak terhadap masyarakat.
	SO10	Dampak <i>negative</i> aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.
- Mekanisme pengaduan dampak terhadap masyarakat	SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi.
KATEGORI SOSIAL Sub kategori: Tanggungjawab atas produk		
- Kesehatan keselamatan pelanggan	PR1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan
	PR2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap kepatuhan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa

		sepanjang daur hidup, menurut jenis hasil.
- Pelabelan produk dan jasa	PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti informasi sejenis.
	PR4	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil.
	PR5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan.
- Komunikasi pemasaran	PR6	Penjualan produk yang dilarang atau yang disengketakan.
	PR7	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi dan sponsor menurut jenis hasil.
- Privasi pelanggan	PR8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan.
- Kepatuhan	PR9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa.

Sumber: www.globalreporting.org

Item-item pengungkapan *corporate social responsibility* tersebut diukur dengan menggunakan *CSR Index*, yang diungkapkan dalam *Global Reporting Initiative (GRI)* dengan rumus sebagai berikut:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

$CSRI_j$: *Corporate Social Responsibility Index* Perusahaan j.

$\sum X_{ij}$: jumlah *item* yang diungkapkan oleh perusahaan j, nilai 1 jika *item i* diungkapkan; nilai 0 jika *item i* tidak diungkapkan.

n_j : jumlah *item* untuk perusahaan j, $n_j \leq 91$.

2.1.3 Ukuran Perusahaan

2.1.3.1 Definisi Perusahaan

Menurut Abdul Kadir Muhammad (2010:12), “Perusahaan adalah tempat terjadinya kegiatan produksi dan berkumpulnya semua faktor produksi dengan acuan laba.”

Menurut Sugi Arto (2015), “Perusahaan adalah organisasi yang didirikan oleh seseorang atau sekelompok orang atau badan lain yang kegiatannya melakukan produksi dan distribusi guna memenuhi kebutuhan ekonomi manusia.”

Sedangkan menurut Murti Sumami (1997) dalam Sugi Arto (2015), “Perusahaan adalah sebuah unit kegiatan produksi yang mengolah sumber daya ekonomi untuk menyediakan barang dan jasa bagi masyarakat dengan tujuan memperoleh keuntungan dan memuaskan kebutuhan masyarakat.”

Dari beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa perusahaan adalah sebuah organisasi yang melakukan kegiatan produksi baik dalam bentuk barang atau pun jasa bagi masyarakat, dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan.

2.1.3.2 Definisi Ukuran Perusahaan

Menurut Nugraha dan Meiranto (2015), “Ukuran perusahaan merupakan suatu pengukuran yang dikelompokkan berdasarkan besar kecilnya perusahaan dan dapat menggambarkan aktivitas serta pendapatan perusahaan”.

Menurut Daniel (2013), ukuran perusahaan didefinisikan sebagai:

“... penentuan besaran, dimensi, atau kapasitas dari suatu perusahaan, sebagai penentuan sebuah perusahaan besar atau kecil dapat dilihat dari nilai total aktiva, penjualan bersih, dan kapitalisasi pasar”.

Menurut Ardyansah (2014), ukuran perusahaan merupakan:

“... suatu pengukuran yang dikelompokkan berdasarkan besar kecilnya perusahaan, dan dapat menggambarkan kegiatan operasional perusahaan dan pendapatan yang diperoleh perusahaan”.

Sedangkan menurut Hormati (2009) dalam Marfu'ah (2015), ukuran perusahaan adalah:

“... skala atau nilai yang dapat mengklasifikasikan suatu perusahaan ke dalam kategori besar atau kecil berdasarkan total aset, *log size*, dan sebagainya. Semakin besar total aset mengindikasikan semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut”.

Dari beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan adalah skala untuk menggambarkan perusahaan ke dalam kategori besar atau kecil, yang dapat dilihat dari total aset, penjualan, dan sebagainya.

2.1.3.3 Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Klasifikasi ukuran perusahaan menurut UU No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, terbagi ke dalam empat kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar.

Definisi dari usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar menurut UU No. 20 Tahun 2008 Pasal 1 adalah sebagai berikut:

1. “Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
4. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia”.

Kriteria ukuran perusahaan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang

No. 20 Tahun 2008 yaitu sebagai berikut:

Tabel 2.2
Kriteria Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan	Kriteria	
	Aset (tidak termasuk tanah & bangunan tempat usaha)	Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 juta
Usaha Kecil	>50 juta – 500 juta	>300 juta – 2,5 M
Usaha Menengah	>10 juta – 10 M	>2,5 M – 50 M
Usaha Besar	>10 M	>50 M

Sumber: UU No. 20 Tahun 2008

Semakin besar ukuran perusahaan biasanya informasi yang tersedia untuk pengambilan keputusan dalam perusahaan tersebut semakin banyak.

Semakin besar suatu perusahaan, maka semakin besar pula kemampuan untuk

mendapatkan pinjaman karena perusahaan besar relatif lebih mampu untuk menghasilkan laba.

2.1.3.4 Indikator Ukuran Perusahaan

Perusahaan dapat diklasifikasikan sebagai perusahaan besar atau kecil didasari oleh indikator yang mempengaruhinya. Adapun indikator dalam ukuran perusahaan menurut Edy Suwito dan Arleen Herawaty (2005) adalah "... total aktiva, nilai pasar saham, total pendapatan dan lain-lain".

Sedangkan menurut Sudarmadji dan Sularto (2007) dalam Husodo (2016) bahwa:

"Ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan total penjualan, total aset, dan kapitalisasi pasar. Semakin besar nilai total penjualan, total aset, dan kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ukuran perusahaan. Lebih rinci, semakin besar total aset maka semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula perusahaan dikenal dalam masyarakat".

Adapun menurut Ferry dan Jones dalam Sujianto (2001), "... besar kecilnya suatu perusahaan ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan dan rata-rata total aktiva.

Salah satu tolak ukur yang dapat menunjukkan besar kecilnya perusahaan adalah dengan melihat total aktiva dari perusahaan tersebut. Menurut Bestivano (2013):

"... perusahaan yang memiliki total aktiva besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan, dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibandingkan perusahaan dengan total aset yang kecil".

Ukuran perusahaan dapat dicari atau dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Total Aset}$$

Menurut Werner R. Murhadi (2013) dalam Maretha (2016), "*Firm Size* diukur dengan mentransformasikan total aset yang dimiliki perusahaan ke dalam bentuk logaritma natural".

Ukuran perusahaan di proksikan dengan menggunakan Log Natural Total Aset dengan tujuan agar mengurangi fluktuasi data yang berlebih. Jika nilai total aset langsung dipakai begitu saja maka nilai variabel akan sangat besar, miliar bahkan triliun. Karena total aset perusahaan bernilai besar maka hal ini dapat disederhanakan dengan mentransformasikannya ke dalam logaritma natural, tanpa mengubah proporsi dari nilai asal yang sebenarnya.

Sehingga ukuran perusahaan dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln (Total Aset)}$$

2.1.4 Profitabilitas

2.1.4.1 Definisi Laba

Menurut Kasmir (2016:45), laba adalah "selisih dari jumlah pendapatan dan biaya, dengan hasil jumlah pendapatan perusahaan lebih besar dari jumlah biaya".

Sedangkan menurut Sofyan Syafri Harahap (2009:113), "Laba adalah kelebihan penghasilan di atas biaya selama satu periode akuntansi".

Menurut Hery (2016:15), laba adalah:

“... kenaikan dalam ekuitas (aset bersih) entitas yang ditimbulkan oleh transaksi peripheral (transaksi di luar operasi utama atau operasi sentral perusahaan) atau transaksi insidental (transaksi yang keterjadiannya jarang) dan dari seluruh transaksi lainnya serta peristiwa menurut keadaan-keadaan lainnya yang mempengaruhi entitas, tidak termasuk yang berasal dari pendapatan atau investasi oleh pemilik”.

Dari beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa laba adalah kelebihan pendapatan di atas biaya sebagai imbalan menghasilkan barang dan jasa selama satu periode akuntansi.

2.1.4.2 Jenis-Jenis Laba

Menurut Kasmir (2016:303), dalam praktiknya laba terdiri dari dua macam, yaitu:

1. “Laba kotor (*gross profit*)
Laba yang diperoleh sebelum dikurangi biaya-biaya yang menjadi beban perusahaan. Artinya, laba keseluruhan yang pertama sekali perusahaan peroleh.
2. Laba bersih (*net profit*)
Laba yang telah dikurangi biaya-biaya yang merupakan beban perusahaan dalam suatu periode tertentu, termasuk pajak”.

Selain laba kotor dan laba bersih, ada pula jenis laba lainnya yaitu laba usaha (operasi) dan laba bersih sebelum pajak.

Menurut Stice, dan Skousen (2004:243):

“... laba operasi mengukur kinerja operasi bisnis fundamental yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dan didapat dari laba kotor dikurangi beban operasi. Laba operasi menunjukkan seberapa efisien dan efektif perusahaan melakukan aktivitas operasinya”

Menurut Hery (2015:49), laba bersih sebelum pajak adalah:

“... laba yang didapatkan dari laba operasional ditambah dengan pendapatan dan keuntungan lain-lain dan dikurangi dengan beban dan kerugian lain-lain. Ukuran laba ini mencerminkan kinerja perusahaan selama periode berjalan yang meliputi aktivitas utama maupun aktivitas sekunder, namun sebelum memperhitungkan besarnya pajak penghasilan”.

2.1.4.3 Tujuan Pelaporan Laba

Tujuan pelaporan laba adalah untuk menyediakan informasi yang bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan dalam laporan keuangan. Menurut Suwardjono (2014:456), informasi tentang laba perusahaan diharapkan dapat digunakan antara lain sebagai:

1. “Indikator efisiensi penggunaan dan tertanam dalam perusahaan yang diwujudkan dalam tingkat kembalikan atau investasi (*rate of return on inuested capital*).
2. Pengukuran prestasi atau kinerja badan usaha dan manajemen.
3. Dasar penentuan besarnya pengenaan pajak.
4. Alat pengendalian alokasi sumber daya ekonomik suatu negara.
5. Dasar penentuan dan penilaian kelayakan tarif dalam perusahaan *public*.
6. Alat pengendalian terhadap debitor dalam kontrak utang.
7. Dasar kompensasi dan pembagian bonus.
8. Alat motivasi manajemen dalam pengendalian perusahaan.
9. Dasar pembagian deviden”.

2.1.4.4 Definisi Aset

Menurut Kasmir (2010:76), aset merupakan:

“... harta atau kekayaan (aset) yang dimiliki oleh perusahaan, baik pada saat tertentu. Klasifikasi aktiva terdiri dari aktiva lancar, aktiva tetap, dan aktiva lainnya.”

Menurut Mamduh M Hanafi (2016:29), aset adalah:

“Sumber ekonomi organisasi yang dipakai untuk menjalankan kegiatannya. Atau bisa juga didefinisikan sebagai manfaat ekonomis yang akan diterima di masa yang akan datang, atau akan dikuasai oleh perusahaan sebagai hasil dari transaksi atau kejadian tertentu”.

Menurut Slamet Sugiri (2009:137), aktiva adalah:

“... kekayaan yang dimiliki untuk digunakan dalam produksi atau penyediaan barang atau jasa, untuk direntalkan pada pihak lain, atau untuk tujuan administratif, diharapkan untuk digunakan selama lebih dari satu periode”.

Dari beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa aset adalah kekayaan dan sumber daya yang dimiliki perusahaan untuk melakukan usaha yang digunakan untuk lebih dari satu periode.

2.1.4.5 Jenis-jenis Aset

Jenis-jenis aset menurut Kasmir (2016:39), yaitu:

1. “Aktiva lancar.
Aktiva lancar merupakan harta atau kekayaan yang segera dapat diuangkan (ditunaikan) pada saat dibutuhkan dan paling lama satu tahun. Aktiva lancar merupakan aktiva yang paling liquid dari aktiva lainnya. Jika perusahaan membutuhkan uang untuk membayar sesuatu yang segera harus dibayar misalnya utang yang sudah jatuh tempo, atau pembelian suatu barang atau jasa, uang tersebut dapat diperoleh dari aktiva lancar. Komponen yang ada di aktiva lancar terdiri dari antara lain kas, bank, surat-surat berharga, piutang, sediaan, sewa dibayar di muka dan aktiva lancar lainnya. Penyusutan aktiva lancar ini biasanya dimulai dari aktiva yang paling lancar, artinya yang paling mudah untuk dicairkan.
2. Aktiva tetap.
Aktiva tetap merupakan harta atau kekayaan perusahaan yang digunakan dalam jangka panjang lebih dari satu tahun. Secara garis besar aktiva tetap dibagi dua macam, yaitu: aktiva tetap yang berwujud (tampak fisik), seperti: tanah, bangunan, mesin, kendaraan, dan lainnya, dan aktiva tetap yang tidak berwujud (tidak tampak fisik) merupakan hak

yang dimiliki perusahaan, contoh: hak paten, merek dagang, *goodwill*, lisensi dan lainnya.

3. Aktiva lainnya.

Aktiva lainnya merupakan harta atau kekayaan yang tidak dapat digolongkan ke dalam aktiva lancar maupun aktiva tetap. Komponen yang ada dalam aktiva lainnya adalah seperti: bangunan dalam proses, piutang jangka panjang, tanah dalam penyelesaian dan lainnya”.

2.1.4.6 Definisi Profitabilitas

Menurut V. Wiratna Sujarweni (2017:64), profitabilitas adalah:

“... rasio untuk mengukur tingkat imbalan atas perolehan (keuntungan) dibanding penjualan atau aktiva, mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungan dengan penjualan, aktiva maupun laba dan modal sendiri”.

Menurut Kasmir (2016:196), profitabilitas adalah:

“... rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada di laporan keuangan, terutama laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi”.

Menurut Hery (2016:152), profitabilitas adalah:

“... rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Rasio profitabilitas dapat diukur dengan membandingkan antara berbagai komponen yang ada di dalam laba rugi dan/atau neraca”.

Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasi bisnisnya, dalam periode waktu tertentu.

2.1.4.7 Tujuan dan Manfaat Profitabilitas

Profitabilitas memiliki tujuan dan manfaat, tidak hanya bagi pihak pemilik usaha atau manajemen saja, tetapi juga bagi pihak di luar perusahaan, terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan.

Menurut Kasmir (2016:197-198), tujuan penggunaan profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu:

1. “Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu;
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang;
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu;
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri;
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri;
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri”.

Sementara itu, manfaat yang diperoleh adalah untuk:

1. “Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode;
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang;
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu;
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri;
5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri”.

2.1.4.8 Jenis-jenis Profitabilitas

Jenis rasio profitabilitas menurut Hery (2015: 228-235), antara lain sebagai berikut:

1. *Return On Assets (ROA)*

Return on assets merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Semakin tinggi ROA berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Sebaliknya, semakin rendah ROA berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung *ROA*:

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aset}}$$

2. *Return On Equity (ROE)*

Return on equity merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas. Semakin tinggi ROE berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam ekuitas. Sebaliknya, semakin rendah ROE berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam ekuitas.

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung *ROE*:

$$ROE = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total ekuitas}}$$

3. Margin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*)

Gross profit margin merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba kotor atas penjualan bersih. Semakin tinggi *gross profit margin* berarti semakin tinggi pula laba kotor yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena tingginya harga jual dan/atau rendahnya harga pokok penjualan.

Sebaliknya semakin rendah *gross profit margin* berarti semakin rendah pula laba kotor yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini disebabkan karena rendahnya harga jual dan/atau tingginya harga pokok penjualan. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung *gross profit margin*:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Laba kotor}}{\text{Penjualan bersih}}$$

4. Margin Laba Operasional (Operating Profit Margin)

Operating Profit Margin merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba operasional atas penjualan bersih. Semakin tinggi *operating profit margin* berarti semakin tinggi pula laba operasional yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena tingginya laba kotor dan/atau rendahnya beban operasional. Sebaliknya semakin rendah *operating profit margin* berarti semakin rendah pula laba operasional yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini disebabkan karena rendahnya laba kotor dan/atau tingginya beban operasional.

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung *operating profit margin*:

$$\text{Operating Profit Margin} = \frac{\text{Laba operasional}}{\text{Penjualan bersih}}$$

5. Margin Laba Bersih (*Net Profit Margin*)

Net Profit Margin digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba bersih atas penjualan bersih. Laba bersih sendiri dihitung sebagai hasil pengurangan antara laba sebelum pajak penghasilan dengan beban pajak penghasilan. Semakin tinggi *net profit margin* berarti semakin tinggi pula laba bersih yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena tingginya laba sebelum pajak penghasilan. Sebaliknya semakin rendah *net profit margin* berarti semakin rendah pula laba bersih yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini disebabkan karena rendahnya laba sebelum pajak penghasilan”.

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung *net profit margin*:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Penjualan bersih}}$$

2.1.5 *Leverage*

2.1.5.1 Definisi Hutang

Menurut Hery (2015:194), utang (*liabilities*) merupakan:

“... kewajiban perusahaan kepada kreditor (*supplier*, bankir) dan pihak lainnya (karyawan, pemerintah). Kreditor dan pihak lainnya di sini memiliki hak/klaim/tuntutan atas aset perusahaan”.

Menurut Munawir (2010:18), “hutang adalah semua kewajiban keuangan perusahaan kepada pihak lain yang belum terpenuhi, dimana hutang ini merupakan sumber dana atau modal perusahaan yang berasal dari kreditor”.

Menurut Mamduh M Hanafi (2016:29), yang dimaksud dengan utang adalah:

“... pengorbanan ekonomis yang mungkin timbul di masa mendatang dari kewajiban organisasi sekarang untuk mentransfer aset atau memberikan jasa ke pihak lain di masa mendatang, sebagai akibat transaksi atau kejadian di masa lalu. Utang muncul terutama karena penundaan pembayaran untuk barang atau jasa yang telah diterima oleh organisasi dan dari dana yang dipinjam”.

Dari beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa utang adalah kewajiban yang timbul dari masa lalu, yang menjadi tanggung jawab perusahaan untuk dibayarkan, dalam bentuk uang atau jasa di masa mendatang.

2.1.5.2 Jenis-jenis Hutang

Menurut Kasmir (2016:31), utang dibagi ke dalam dua jenis, yaitu:

1. “Kewajiban lancar (utang jangka pendek). Utang lancar merupakan kewajiban atau utang perusahaan kepada pihak lain yang harus segera dibayar. Jangka waktu utang lancar adalah maksimal dari satu tahun. Oleh karena itu, utang lancar disebut juga utang jangka pendek. Komponen utang lancar antar lain terdiri dari utang

dagang, utang bank maksimal satu tahun, utang wesel, utang gaji dan utang jangka pendek lainnya.

2. Utang jangka panjang.

Utang jangka panjang merupakan kewajiban perusahaan kepada pihak lain yang memiliki jangka waktu lebih dari satu tahun. Artinya jatuh tempo utang tersebut relatif lebih panjang dari utang lancar. Penggunaan utang jangka panjang biasanya digunakan untuk investasi yang juga lebih dari satu tahun. Komponen yang ada dalam utang jangka panjang terdiri dari obligasi, hipotek, utang bank yang lebih dari satu tahun dan utang jangka panjang lainnya”.

2.1.5.3 Definisi *Leverage*

Menurut V. Wiratna Sujarweni (2017:61), rasio solvabilitas atau *leverage* adalah:

“... rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi seluruh kewajibannya baik jangka pendek maupun jangka panjang. Seberapa efektif perusahaan menggunakan sumber daya yang dimiliki, sumber daya yang dimaksud seperti piutang dan modal maupun aktiva”.

Menurut Irham Fahmi (2015:72), rasio *leverage* adalah rasio yang digunakan untuk:

“... mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori *extreme leverage* (utang ekstrim) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut”.

Menurut Kasmir (2014:112), *leverage* adalah:

“... rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivitya. Dalam arti luas dikatakan bahwa rasio *leverage* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (dilikuidasi)”.

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *leverage* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya seberapa besar perusahaan lebih bergantung kepada pinjaman luar, daripada membiayai asetnya dengan modal sendiri.

2.1.5.4 Tujuan dan Manfaat *Leverage*

Menurut Kasmir (2012:153), terdapat beberapa tujuan perusahaan menggunakan rasio *leverage* adalah:

1. “Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditor);
2. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga);
3. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal;
4. Untuk menilai seberapa besar perusahaan dibiayai oleh hutang;
5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelola aktiva;
6. Untuk menilai dan mengukur berapa besar bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.
7. Untuk menilai berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih, terdapat sekian kalinya modal sendiri yang dimiliki;
8. Dan tujuan lainnya”.

Selain itu manfaat rasio *leverage* menurut Kasmir (2012:154) adalah:

1. “Untuk menganalisis kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya;
2. Untuk menganalisis kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga);
3. Untuk menganalisis keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal;
4. Untuk menganalisis seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang;
5. Untuk menganalisis seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva;
6. Untuk menganalisis atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang;

7. Untuk menganalisis berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih, ada terdapat sekian kalinya modal sendiri;
8. Dan manfaat lainnya”.

2.1.5.5 Jenis-Jenis *Leverage*

Jenis-jenis rasio *leverage* yang lazim digunakan dalam praktik untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya menurut Hery (2015:195) yaitu:

1. *Debt to Asset Ratio* (DAR)

Rasio utang terhadap aset (*Debt to Asset Ratio*) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aset. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar aset perusahaan dibiayai oleh utang, atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pembiayaan aset.

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio utang terhadap aset (*Debt to Asset Ratio*):

$$\text{Debt to Asset Ratio} = \frac{\text{Total utang}}{\text{Total aset}}$$

2. *Debt to Equity Ratio* (DER)

Rasio utang terhadap modal (*Debt to Equity Ratio*) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya proporsi utang terhadap modal. Rasio ini berguna untuk mengetahui besarnya perbandingan antara jumlah dana yang disediakan oleh kreditor dengan jumlah dana yang berasal dari pemilik perusahaan. Dengan kata lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui berapa bagian dari setiap rupiah modal yang dijadikan sebagai jaminan utang. Semakin tinggi debt to equity ratio maka berarti semakin kecil jumlah modal pemilik yang dapat dijadikan sebagai jaminan utang.

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio utang terhadap modal (*Debt to Equity Ratio*):

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total utang}}{\text{Total modal}}$$

3. *Long Term Debt to Equity Ratio*

Rasio utang jangka panjang terhadap modal (*Long Term Debt to Equity Ratio*) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya proporsi utang jangka panjang terhadap modal. Rasio ini berguna untuk mengukur besarnya perbandingan antara jumlah dana yang disediakan oleh kreditor jangka panjang dengan jumlah dana yang berasal dari pemilik perusahaan.

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio utang jangka panjang terhadap modal (*Long Term Debt to Equity Ratio*):

$$\text{Long Term Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Utang jangka panjang}}{\text{Total modal}}$$

4. *Times Interest Earned Ratio*

Rasio kelipatan bunga yang dihasilkan (*Times Interest Earned Ratio*) menunjukkan sejauh mana atau berapa kali kemampuan perusahaan dalam membayar bunga. Kemampuan perusahaan di sini diukur dari jumlah laba sebelum bunga dan pajak. Rasio ini digunakan untuk mengukur sejauh mana laba boleh menurun tanpa mengurangi kemampuan perusahaan dalam membayar beban bunga. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio kelipatan bunga yang dihasilkan (*Times Interest Earned Ratio*):

$$\text{Times Interest Earned Ratio} = \frac{\text{Laba sebelum bunga dan pajak}}{\text{Beban bunga}}$$

5. *Coverage Ratio*

Rasio laba operasi (*Coverage Ratio*) merupakan rasio yang menunjukkan sejauh mana atau berapa kali kemampuan perusahaan dalam melunasi seluruh kewajiban. Rasio ini digunakan untuk mengukur sejauh mana laba operasional boleh menurun tanpa mengurangi kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio laba operasi (*Coverage Ratio*):

$$\text{Coverage Ratio} = \frac{\text{Laba operasional}}{\text{Kewajiban}}$$

2.1.6 *Capital Intensity*

2.1.6.1 *Definisi Capital (Modal)*

Menurut V. Wiratna Sujarweni (2017), *capital* adalah kondisi kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan yang dikelolanya. Hal ini bisa dilihat dari neraca, laporan laba rugi, struktur permodalan, dan rasio-rasio keuntungan yang diperoleh.

Menurut Munawir (2007:19), modal adalah:

“... hak atau bagian yang dimiliki oleh pemilik perusahaan yang ditunjukkan dalam pos modal (modal saham), laba ditahan, atau kelebihan nilai aktiva yang dimiliki oleh perusahaan terhadap seluruh utang-utangnya”.

Menurut Lucas Setia Atmaja (2008:155) modal adalah “... dana yang digunakan untuk membaca pengadaan aktiva dan operasi perusahaan”.

Dari beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *capital* (modal) adalah dana yang digunakan perusahaan dalam aktivitas pendanaan atau operasi perusahaan.

2.1.6.2 *Jenis-jenis Capital (Modal)*

Setiap perusahaan selalu membutuhkan dana untuk membiayai kegiatan operasionalnya sehari-hari. Pemenuhan kebutuhan perusahaan tersebut dapat diperoleh dengan menggunakan modal sendiri atau modal pinjaman.

Jenis-jenis modal menurut Bambang Riyanto (2001: 227 & 240), adalah:

1. Modal Asing

Modal asing adalah modal yang berasal dari luar perusahaan yang sifatnya sementara di dalam perusahaan tersebut. Modal tersebut merupakan “hutang” yang pada saatnya harus dibayar kembali.

Modal asing atau hutang terbagi atas tiga golongan, yaitu:

- a. Hutang Jangka Pendek (*Short-term Debt*)
- b. Hutang Jangka Menengah (*Intermediate-term Debt*)
- c. Hutang Jangka Panjang (*Long-term Debt*)

2. Modal Sendiri

Modal sendiri adalah modal yang berasal dari pemilik perusahaan dan juga tertanam di dalam perusahaan untuk waktu yang tidak terbatas. Dengan kata lain, modal sendiri merupakan modal yang dihasilkan atau dibentuk di dalam perusahaan atau keuntungan yang dihasilkan perusahaan”.

2.1.6.3 Definisi *Intensity* (Intensitas)

Menurut Partanto, dkk dalam Kamus Ilmiah Populer, “intensitas adalah kemampuan atau kekuatan, gigih tidaknya, kehebatan”.

Sedangkan menurut Ashari M. Hafi dalam Kamus *Psycology*, intensitas adalah kuatnya tingkah laku atau pengalaman, atau sikap yang dipertahankan”.

Adapun definisi intensitas menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, adalah “... keadaan tingkat atau ukuran intens. Intens di sini merupakan sesuatu yang hebat atau sangat tinggi, bergelora atau penuh semangat dan sangat emosional.”

Dari beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa intensitas adalah suatu keadaan atau tolak ukur yang begitu kuat atau sangat besar.

2.1.6.4 Definisi Aset Tetap

Menurut PSAK 16 (Revisi 2011) aset tetap adalah:

“Aset tetap adalah aset berwujud yang dimiliki untuk digunakan dalam produksi atau penyediaan barang dan jasa, untuk direntalkan kepada pihak lain, atau untuk tujuan administratif dan diharapkan untuk digunakan selama lebih dari satu periode.”

Menurut Rudianto (2012:256), aset tetap adalah “barang berwujud milik perusahaan yang sifatnya relatif permanen dan digunakan dalam kegiatan normal perusahaan, bukan untuk diperjual belikan”.

Menurut Reeve, Warren,dkk (2010:2), aset tetap adalah “aset yang bersifat jangka panjang atau secara relatif memiliki sifat permanen serta dapat digunakan dalam jangka panjang”.

Dari beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa aset tetap adalah aset perusahaan yang digunakan dalam kegiatan normal perusahaan yang bersifat jangka panjang dan relatif permanen serta tidak diperjualbelikan.

2.1.6.5 Kriteria Aset Tetap

Menurut Rudianto (2012:256) kriteria aset tetap yaitu :

1. “Berwujud
Ini berarti aset tersebut berupa barang yang dimiliki wujud fisik, bukan sesuatu yang tidak memiliki bentuk fisik seperti goodwill, hak paten, dan sebagainya.
2. Umurnya Lebih dari Satu Tahun
Aset ini harus dapat digunakan dalam operasi lebih dari satu tahun atau satu periode akuntansi. Walaupun memiliki bentuk fisik, tetapi jika masa manfaatnya kurang dari satu tahun seperti kertas, tinta, pensil, penghapus dan lain sebagainya maka tidak dapat dikategorikan sebagai aset tetap.
3. Digunakan dalam operasi perusahaan
Barang tersebut harus dapat digunakan dalam operasi normal perusahaan, yaitu dipakai untuk menghasilkan pendapatan bagi operasi.
4. Tidak diperjualbelikan
Suatu aset berwujud yang dimiliki perusahaan dan umurnya lebih dari satu tahun, tetapi dibeli perusahaan dengan maksud untuk dijual lagi, tidak dapat dikategorikan sebagai aset tetap dan harus dikelompokkan kedalam persediaan.
5. Material
Barang milik perusahaan yang berumur lebih dari satu tahun dan digunakan dalam operasi perusahaan dan nilai atau harga per unitnya atau harga totalnya relatif tidak terlalu besar dibandingkan dengan total aset perusahaan, tidak perlu dimasukkan sebagai aset tetap. Seperti sendok, piring, stepler, jam meja dan sebagainya.

6. Dimiliki perusahaan

Aset berwujud yang bernilai tinggi yang digunakan dalam operasi dan berumur lebih dari satu tahu, tetapi disewa perusahaan dari pihak lain, tidak boleh dikelompokkan sebagai aset tetap. Kendaraan sewa misalnya, tidak boleh diakui perusahaan sebagai aset tetap”.

2.1.6.6 Definisi *Capital Intensity*

Intensitas modal merupakan salah satu bentuk keputusan keuangan. Keputusan tersebut ditetapkan oleh manajemen perusahaan untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan. Intensitas modal mencerminkan seberapa modal yang dibutuhkan perusahaan untuk menghasilkan pendapatan. Sumber dana atau kenaikan modal dapat diperoleh dari penurunan aset tetap (dijual) atau peningkatan aset tetap (pembelian).

Menurut Noor et al., (2010:190), intensitas modal didefinisikan sebagai “rasio antara aset tetap seperti peralatan, mesin dan berbagai properti terhadap total aset. Rasio ini menggambarkan seberapa aset perusahaan yang diinvestasikan dalam bentuk aset tetap”.

Keterkaitan perpajakan dengan pemilihan investasi dalam bentuk aset tetap ataupun modal dapat dilihat dalam hal depresiasi. Perusahaan yang memutuskan berinvestasi dalam bentuk aset tetap dapat menjadikan biaya penyusutan sebagai biaya yang dapat dikurangkan dari penghasilan atau bersifat *deductible expense*. Biaya penyusutan yang bersifat *deductible* akan menyebabkan laba kena pajak perusahaan menjadi berkurang yang pada akhirnya akan mengurangi jumlah pajak yang harus dibayar perusahaan.

Menurut Hanum (2013), *Capital intensity* atau rasio intensitas modal adalah:

“... aktivitas investasi yang dilakukan perusahaan yang dikaitkan dengan investasi dalam bentuk aset tetap (intensitas modal). Rasio intensitas modal dapat menunjukkan tingkat efisiensi perusahaan dalam menggunakan aktivitya untuk menghasilkan penjualan. Hampir semua aset tetap mengalami penyusutan dan biaya penyusutan dapat mengurangi jumlah pajak yang dibayar perusahaan”.

Menurut Winarno (2015) intensitas modal merupakan “... rasio antara penjualan dengan total aset”. Rasio ini menunjukkan tingkat efisiensi penggunaan aset oleh perusahaan. Rasio ini merupakan hambatan masuk bagi perusahaan baru. Perusahaan baru yang akan memasuki pasar oligopoli harus memiliki tingkat efisiensi yang tinggi, kalau tidak perusahaan tersebut tidak akan mampu memasuki pasar yang baru. Perusahaan yang memiliki tingkat efisiensi yang tinggi tentunya akan lebih mudah memperoleh laba. Rasio ini mencerminkan kemampuan perusahaan menggunakan asetnya untuk menghasilkan penjualan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin efisien penggunaan aktiva tersebut.

Menurut Pradnyadari (2015), *Capital intensity* atau intensitas modal adalah:

“... rasio antara *fixed asset* (seperti peralatan, mesin dan berbagai properti) terhadap total aset, dimana rasio ini menggambarkan besar aset perusahaan yang diinvestasikan dalam bentuk aset tetap yang dibutuhkan perusahaan untuk beroperasi”.

Dari beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *capital intensity* adalah rasio antara total aset tetap dengan total aset perusahaan, yang dapat menggambarkan seberapa besar aset perusahaan diinvestasikan dalam bentuk aset tetap.

2.1.6.7 Metode Pengukuran *Capital Intensity*

Menurut Siregar dan Widyawati (2016), *capital intensity* diukur dengan intensitas aset tetap. Intensitas aset tetap adalah jumlah aset tetap yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan total aset perusahaan.

Menurut Rodriguez dan Arias (2012) dalam Ardyansah (2014), bahwa aset tetap perusahaan memungkinkan perusahaan untuk mengurangi pajaknya akibat dari penyusutan yang muncul dari aset tetap setiap tahunnya. Karena beban penyusutan berpengaruh sebagai pengurang pajak.

Capital intensity menurut Rodriguez dan Arias (2012) dalam Nugraha dan Meiranto (2015) dihitung dari:

$$\mathbf{Capital\ Intensity = \frac{Total\ aset\ tetap\ bersih}{Total\ aset}}$$

Menurut Winarno (2015) intensitas modal merupakan rasio antara penjualan dengan total Aset. *Total assets turn over* dihitung sebagai berikut:

$$\mathbf{Total\ Assets\ Turn\ Over = \frac{Penjualan}{Total\ aset}}$$

2.1.7 Agresivitas Pajak

2.1.7.1 Definisi Pajak

Menurut P. J. A. Andriani dalam Agus Sambodo (2015:4):

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

Menurut MJH. Smeets dalam Sukrisno Agoes (2014:6):

“Pajak adalah prestasi kepada pemerintah yang terutang melalui norma-norma umum, dan yang dapat dipaksakan, tanpa adanya kontraprestasi yang dapat ditunjukkan secara individual, maksudnya untuk membiayai pengeluaran pemerintah.”

Menurut Undang-Undang No. 28 Tahun 2007 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (UU KUP) Pasal 1 ayat 1 mengatakan bahwa:

“ 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 di atas dapat disimpulkan bahwa pajak adalah kontribusi wajib yang harus dibayarkan masyarakat kepada negara, yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung, dan digunakan untuk membiayai keperluan negara demi tercapainya kemakmuran rakyat.

2.1.7.2 Fungsi Pajak

Ada dua fungsi pajak menurut Mardiasmo (2016:4) yaitu:

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

2.1.7.3 Jenis-jenis Pajak

Ada tiga jenis pengelompokan pajak menurut Sukrisno Agoes (2014:7)

antara lain:

1. “Menurut sifatnya, pajak dikelompokkan menjadi dua yaitu:
 - a. Pajak Langsung adalah pajak yang pembebanannya tidak dapat dilimpahkan oleh pihak lain dan menjadi beban langsung Wajib Pajak (WP) yang bersangkutan. Contoh: Pajak Penghasilan (PPh).
 - b. Pajak Tidak Langsung adalah pajak yang pembebanannya dapat dilimpahkan kepada pihak lain. Contoh: Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM).
2. Menurut sasaran/objeknya, pajak dikelompokkan menjadi dua yaitu:
 - a. Pajak Subjektif adalah pajak yang berpangkal atau berdasarkan pada subjeknya yang dilanjutkan dengan mencari syarat objektifnya, dalam arti memperhatikan keadaan diri WP. Contoh: PPh.
 - b. Pajak Objektif adalah pajak yang berpangkal atau berdasarkan pada objek tanpa memperhatikan keadaan diri WP. Contohnya: PPN, PPnBM, Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), dan Bea Materai (BM).
3. Menurut pemungutannya, pajak dikelompokkan menjadi dua yaitu:
 - a. Pajak Pusat adalah pajak yang dipungut oleh pemerintah dan digunakan untuk membiayai rumah tangga pemerintah pusat. Contohnya: PPh, PPN, PPnBM, PBB dan BM.
 - b. Pajak Daerah adalah pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah dan digunakan untuk membiayai rumah tangga pemerintah daerah. Contohnya: Pajak Reklame, Pajak Hiburan, Pajak Hotel dan Restoran, dan Pajak Kendaraan Bermotor”.

2.1.7.4 Definisi Beban Pajak Penghasilan

Menurut Prasetio Wigunarto (2016), beban pajak penghasilan adalah:

“... beban terakhir yang dilaporkan setelah laba sebelum pajak. Beban pajak penghasilan biasanya tidak sama dengan jumlah aktual yang dibayarkan dalam bentuk pajak (pembayaran tunai)”.

Menurut Zoellucky (2015), beban pajak (penghasilan pajak) adalah “jumlah agregat pajak kini dan pajak tangguhan yang diperhitungkan dalam menentukan laba atau rugi pada satu periode, dipadankan dengan laba akuntansi”.

Sedangkan menurut PSAK 46, beban pajak (penghasilan pajak) adalah:

“... jumlah gabungan pajak kini dan pajak tangguhan yang diperhitungkan dalam menentukan laba-rugi pada suatu periode. Beban pajak (penghasilan pajak) terdiri dari beban pajak kini (penghasilan pajak kini) dan beban pajak tangguhan (penghasilan pajak tangguhan)”.

Dari beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa beban pajak penghasilan adalah jumlah agregat pajak kini (*current tax*) dan pajak tangguhan (*deferred tax*) yang diperhitungkan dalam penghitungan laba atau rugi pada satu periode.

2.1.7.5 Definisi Agresivitas

Menurut Baron berkowitz maupun Aronson dalam Koeswara (1998, h.5), agresivitas adalah “tingkah laku individu yang ditunjukkan untuk melukai atau mencelakakan individu yang tidak menginginkan datangnya tingkah laku tersebut”.

Menurut Schneiders dalam Kiswarawati (1992, h. 10) mendefinisikan “agresif sebagai suatu bentuk respon yang mencari pengurangan ketegangan dan frustrasi melalui perilaku yang banyak menuntut, memaksa dan menguasai orang lain”.

Sementara itu menurut Moore dan Fine dalam Koeswara (1998, h. 5) mendefinisikan “agresif sebagai tingkah laku kekerasan secara fisik maupun secara verbal terhadap individu lain ataupun terhadap objek-objek”.

Dari beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa agresivitas adalah tingkah laku kekerasan secara fisik ataupun secara verbal yang dilakukan

secara sengaja terhadap individu lain ataupun terhadap objek-objek dengan maksud untuk melukai, menyakiti ataupun merusak yang mana orang yang dilukai tersebut berusaha menghindarinya.

2.1.7.6 Definisi Agresivitas Pajak

Menurut Hanlon dan Heitzman (2010) dalam Husodo (2017), bahwa:

“Agresivitas pajak adalah strategi penghindaran pajak untuk mengurangi atau menghilangkan beban pajak perusahaan dengan menggunakan ketentuan yang diperbolehkan maupun memanfaatkan kelemahan hukum dalam peraturan perpajakan atau melanggar ketentuan dengan menggunakan celah yang ada namun masih di dalam *grey area*”.

Grey area ini ada karena ada *tax shelter* (usaha untuk meminimalkan pajak yang harus dibayar atas penghasilan saat ini) diluar semua transaksi pajak baik yang diijinkan menurut hukum perpajakan maupun tidak (Jessica dan Toly, 2014).

Menurut Jessica dan Toly (2014), agresivitas pajak merupakan:

“... bagian dari manajemen pajak dalam hal perencanaan pajak. Apabila dikaitkan dengan penghindaran atau penggelapan pajak, perencanaan agresivitas pajak lebih mengarah pada penghindaran pajak yang termasuk dalam tindakan legal, dalam upaya untuk mengurangi pajak yang harus dibayarkan perusahaan”.

Menurut Suyanto dan Supramono (2012), tindakan pajak agresif atau juga sering disebut dengan agresivitas pajak adalah suatu tindakan yang ditujukan untuk menurunkan laba kena pajak melalui perencanaan pajak, baik menggunakan cara yang tergolong atau tidak tergolong *tax evasion*.

Dari beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa agresivitas pajak adalah tindakan pajak agresif yang dilakukan oleh manajemen perusahaan dengan tujuan agar perusahaan dapat memaksimalkan keuntungannya, dengan cara menekan beban pajak yang dibayarkan seminimal mungkin.

2.1.7.7 Keuntungan dan Kerugian Agresivitas Pajak

Manajemen perlu memperhitungkan keuntungan dan kerugian yang didapat sebelum melakukan agresivitas pajak. Menurut Hidayanti dan Laksito (2013), tindakan pajak agresif dapat memberikan keuntungan bagi para pelaku penghindaran pajak, yaitu:

1. “Keuntungan berupa penghematan pajak yang akan dibayarkan perusahaan kepada negara, sehingga jumlah kas yang dinikmati pemilik/pemegang saham dalam perusahaan menjadi lebih besar.
2. Keuntungan bagi manajer (baik langsung maupun tidak langsung) yang mendapatkan kompensasi dari pemilik/pemegang saham perusahaan atas tindakan pajak agresif yang dilakukannya.
3. Keuntungan bagi manajer adalah mempunyai kesempatan untuk melakukan *rent extraction*.”

Selain memberikan keuntungan, tindakan pajak agresif juga akan memberikan dampak buruk bukan hanya bagi penerimaan pajak negara tetapi juga bagi perusahaan yang melakukannya. Menurut Hidayanti dan Laksito (2013), tindakan pajak agresif dapat memberikan kerugian berupa:

1. “Kemungkinan perusahaan mendapatkan sanksi/penalti dari fiskus pajak dan turunnya harga saham perusahaan.
2. Rusaknya reputasi perusahaan akibat audit dari fiskus pajak.
3. Penurunan harga saham dikarenakan pemegang saham lainnya mengetahui tindakan pajak agresif yang dijalankan manajer dilakukan dalam rangka *rent extraction*.
4. Terhambatnya keberlangsungan perusahaan.”

2.1.7.8 Metode Pengukuran Agresivitas Pajak

Menurut Sari dan Martani (2010), agresivitas pajak dapat diukur dengan menggunakan beberapa proksi yaitu:

1. *Effective Tax Rate* (ETR)

Digunakan untuk merefleksikan perbedaan tetap antara perhitungan laba buku dengan laba fiskal (Frank et al, 2009) dalam Hidayanti (2013).

Effective tax rate (ETR) merupakan ukuran keberhasilan atas strategi yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan laba setelah pajak dengan menekan atau meminimalkan beban pajak perusahaan.

Menurut Armstrong, dkk (2015) bahwa:

“ETR sebuah perusahaan dapat menjadi ukuran yang dapat digunakan manajemen untuk memonitor dan mengevaluasi perencanaan atau penghindaran pajak, dengan membandingkan ETR sebuah perusahaan dari setiap tahunnya, manajemen dapat menentukan apakah perusahaan berinvestasi terlalu banyak atau terlalu sedikit dalam pengelolaan pajak perusahaan”.

Menurut Sista dan Ardityanto (2017), *Effective Tax Rate* (ETR) merupakan:

“... metode akuntansi untuk mengukur tarif ideal pajak yang dibayarkan perusahaan yaitu dengan mengukur rasio antara beban pajak penghasilan dibagi laba sebelum pajak. Dengan melihat nilai ETR, dapat menilai apakah kebijakan yang diambil dalam kebijakan pajak perusahaan berdampak baik atau tidak”.

$$ETR = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Pendapatan Sebelum Pajak}}$$

2. *Cash Effective Tax Rate (CETR)*

Digunakan untuk mengidentifikasi keagresifan perencanaan pajak suatu perusahaan yang dilakukan menggunakan perbedaan tetap maupun perbedaan temporer (Chen et al, 2010) dalam Hidayanti (2013).

$$CETR = \frac{\text{Pembayaran Pajak}}{\text{Pendapatan Sebelum Pajak}}$$

3. *Book Tax Difference Manzon Plesko (BTD_MP)*

Digunakan untuk mendapatkan trigulasi. Perhitungan *book-tax difference* yang digunakan yaitu selisih antara laba akuntansi dengan laba fiskal.

$$BTD_{MP} = \frac{\text{Laba akuntansi} - \text{Laba fiskal}}{\text{Total aset}}$$

4. *Book Tax Difference Desai-Dharmapala (BTD_DD)*

Perhitungan ini melakukan regresi BTD_MP dan nilai total akrual untuk memisahkan aktivitas manajemen laba dan tindakan pajak agresif. Langkah pertama, untuk mencari nilai total akrual perusahaan i tahun t sebagai berikut:

$$Total\ Akrual = Net\ Income - Cash\ Flow\ Operation$$

Langkah kedua, setelah mendapatkan nilai total akrual, maka dilakukan regresi sebagai berikut:

$$BTD_{DD} = Total\ Akrual + Average\ Value\ of\ Residual$$

5. *Tax Planning* (TAXPLAN)

Digunakan untuk menggambarkan tingkat subsidi pajak yang digunakan didalam suatu perusahaan (Yin dan Cheng 2004) dalam Hidayanti (2013).

$$TAXPLAN = \frac{\sum_t^{t-2} [PTI \times 30\% - \text{Current portion of total tax expense}] : 3}{Ending Assets}$$

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Agresivitas Pajak

Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa perusahaan bukan hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan para *stakeholder* kepada perusahaan tersebut, sehingga perusahaan akan beroperasi dengan cara-cara yang dapat memuaskan keinginan para *stakeholder*, semakin baik pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan maka *stakeholder* akan semakin puas dan akan memberikan dukungan penuh kepada perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja dan mencapai laba yang diharapkan, Deegan dalam Chairiri dan Ghazali (2007:438).

Kinerja perusahaan dikatakan baik apabila mampu memperoleh laba maksimal selama tahun berjalan. Laba yang diperoleh perusahaan tentu akan memberikan dampak pada pembayaran beban pajak perusahaan yang besar. Menurut Fionasari, dkk (2017), "... dengan meningkatnya beban pajak, perusahaan akan melakukan agresivitas pajak. Apabila perusahaan melakukan

celah tersebut untuk menghindari pajaknya, maka perusahaan dianggap tidak bertanggung jawab secara sosial.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sagala dan Ratmono (2015), Nugraha dan Meiranto (2015), Purwanggono dan Rohman (2015), serta Prasista dan Setiawan (2016) yang menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

2.2.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak

Ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai suatu skala dimana perusahaan diklasifikasikan besar atau kecil dari berbagai sudut pandang, salah satunya dinilai dari besar kecilnya aset yang dimiliki perusahaan.

Menurut Nugraha dan Meiranto (2015), "... semakin besar aset yang dimiliki maka semakin besar pula perusahaan tersebut. Namun setiap tahunnya aset yang besar ini akan mengalami penyusutan yang juga besar dan dapat mengurangi laba bersih yang diterima perusahaan sehingga besarnya beban pajak juga akan berkurang seiring dengan penyusutan tersebut".

Berdasarkan teori biaya politik, perusahaan besar cenderung untuk tidak melakukan agresivitas pajak karena perusahaan besar akan menjadi sorotan pemerintah, sehingga akan menimbulkan kecenderungan bagi para manajer perusahaan untuk berlaku agresif atau patuh terhadap pajak (Darmawan, dkk ,2014).

Dengan demikian, semakin kecil ukuran perusahaan berarti semakin kecil aset yang dimiliki dan semakin kecil beban penyusutan yang terjadi. Beban

penyusutan tersebut akan meningkatkan laba perusahaan dan beban pajak yang ditanggung. Sehingga akan mengakibatkan perusahaan melakukan tindakan agresivitas pajak.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hartadinata dan Tjaraka (2013), Ardyansah dan Zulaikha (2014), Nugraha dan Meiranto (2015) serta Tiaras dan Wijaya (2015) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

2.2.3 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak

Profitabilitas dapat diukur menggunakan *return on asset* (ROA). Semakin tinggi ROA maka laba yang dihasilkan tinggi. Laba menjadi dasar tarif pajak, apabila laba tinggi maka beban pajak perusahaan semakin meningkat dan mengakibatkan nilai *effective tax rate* (ETR) sebagai pengukur agresivitas pajak tinggi (Lanis dan Richardson, 2012) dalam Shinta dan Wijayati (2017). Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi secara otomatis akan memiliki beban pajak yang tinggi. Hal ini mendorong perusahaan untuk melakukan aktivitas agresivitas pajak, agar pajak tersebut tidak mengurangi terlalu banyak laba yang diperoleh perusahaan (Yani, dkk. 2018).

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nugraha dan Meiranto (2015), Prasista dan Setiawan (2016), serta Yani, dkk (2018) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

2.2.4 Pengaruh *Leverage* Terhadap Agresivitas Pajak

Leverage atau solvabilitas merupakan suatu ukuran seberapa besar aset yang dimiliki perusahaan dibiayai oleh utang. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* yang tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Apabila perusahaan memiliki sumber dana pinjaman tinggi (utang), maka perusahaan akan membayar beban bunga tinggi kepada kreditur. Beban bunga akan mengurangi laba, sehingga dengan berkurangnya laba maka mengurangi beban pajak dalam satu periode berjalan. Perusahaan dapat menggunakan tingkat *leverage* untuk mengurangi laba dan akan berpengaruh terhadap berkurangnya beban pajak (Brigham & Houston, 2010) dalam Sukmawati dan Rebecca (2016).

Hal tersebut menandakan perusahaan tidak agresif dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. Sementara perusahaan dengan tingkat *leverage* yang rendah tidak akan bermasalah dengan tingkat laba yang rendah karena perusahaan tidak sedang terikat dengan kontrak utang pada pihak ketiga. Sehingga tingginya tingkat *leverage* akan menurunkan tingkat agresivitas pajak karena semakin tinggi *leverage* maka perusahaan cenderung akan meningkatkan laba mereka (Watts dan Zimmerman, 1986) dalam Adisamartha dan Noviari (2015).

Dengan demikian, semakin rendah tingkat *leverage* berarti penggunaan sumber dana pinjaman (utang) perusahaan akan rendah pula. Perusahaan akan membayarkan beban bunga yang rendah kepada pihak kreditur. Beban bunga tersebut akan meningkatkan laba perusahaan, sehingga beban pajak yang

ditanggung perusahaan akan ikut meningkat. Dengan meningkatnya beban pajak tersebut, perusahaan akan berupaya untuk melakukan tindakan agresivitas pajak.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suyanto dan Supramono (2012), Nugraha dan Meiranto (2015), Sukmawati dan Rebecca (2016), serta Purwanto, dkk (2016) yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

2.2.5 Pengaruh *Capital Intensity* Terhadap Agresivitas Pajak

Menurut Siregar dan Widyawati (2016), *capital intensity* diprosikan dengan menggunakan rasio intensitas aset tetap. Intensitas aset tetap adalah jumlah aset tetap yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan total aset perusahaan.

Capital intensity berkaitan dengan besarnya aset tetap yang dimiliki perusahaan. Aset tetap memiliki umur ekonomis yang akan menimbulkan beban penyusutan setiap tahunnya. Aset tetap yang besar akan mempunyai beban penyusutan yang juga besar, dan akan mengakibatkan laba perusahaan menjadi berkurang, sehingga beban pajak yang dibayarkan juga akan berkurang (Nugraha dan Meiranto, 2015). Akibatnya perusahaan akan memiliki *effective tax rate* yang tinggi, baik mendekati atau melebihi tarif pajak penghasilan badan yaitu 25%, maka tingkat agresivitas pajak semakin rendah (Purwanti dan Sugiyarti, 2017).

Dengan demikian, semakin kecil aset tetap perusahaan maka beban penyusutan yang ditimbulkan akan semakin kecil, dan itu akan berdampak pada laba perusahaan yang semakin besar. Laba perusahaan yang besar akan mengakibatkan beban pajak yang dibayarkan perusahaan menjadi meningkat.

Sehingga dengan meningkatnya beban pajak tersebut, perusahaan akan melakukan tindakan agresivitas pajak guna mengurangi beban pajak yang dibayarkannya.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nugraha dan Meiranto (2015) yang menunjukkan bahwa *capital intensity* berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

2.3 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017:63), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Berdasarkan definisi tersebut maka hipotesis yang digunakan dalam rumusan ini adalah sebagai berikut:

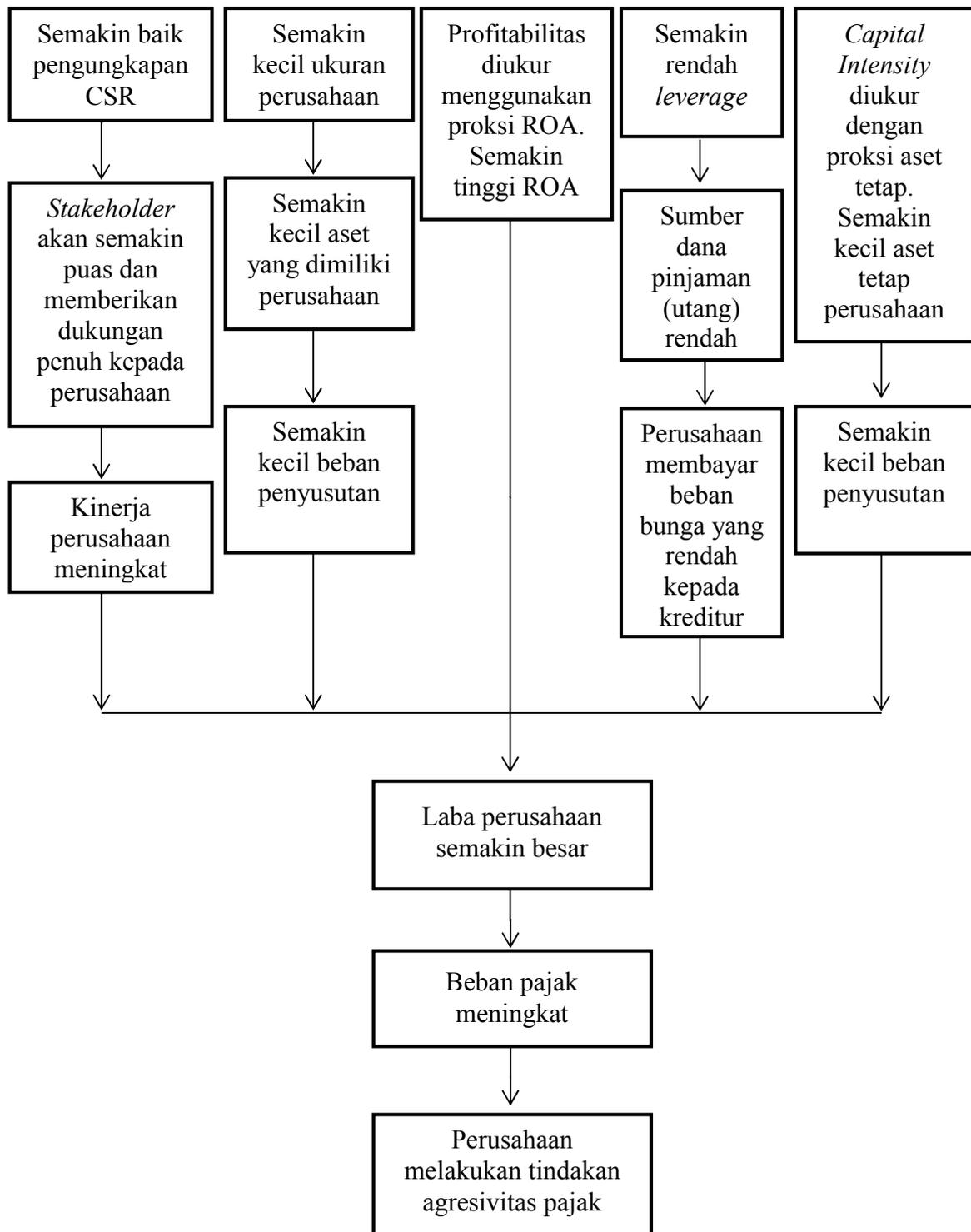
H₁ : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak.

H₂ : Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak.

H₃ : Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak.

H₄ : *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak.

H₅ : *Capital Intensity* berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak.



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran