

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Akuntansi

2.1.1.1 Pengertian Akuntansi

Menurut Nanu Hasanuh (2011:1) akuntansi adalah:

“Akuntansi merupakan suatu proses mengidentifikasi, mengukur dan melaporkan informasi ekonomi untuk memungkinkan adanya penelitian dan keputusan yang jelas dan tegas bagi mereka yang menggunakan informasi tersebut”.

Menurut Rudianto (2012:15) akuntansi adalah sebagai berikut:

“Akuntansi adalah system informasi yang menghasilkan informasi keuangan kepada pihak-pihak yang berkepentingan mengenai aktivitas ekonomi dan kondisi suatu perusahaan”.

Menurut Charles T. Hongren, dan Walter T Harrison (2013:3) akuntansi adalah sebagai berikut:

“Accounting is an information system that measures business activity, processes data into reports, and communicates results to decision makers”

Berdasarkan dari beberapa pengertian akuntansi di atas dapat disimpulkan bahwa akuntansi adalah proses pengidentifikasian, pengukuran, pencatatan dan pelaporan yang berkaitan dengan aktivitas perusahaan yang menghasilkan informasi bagi pihak-pihak yang membutuhkan dalam rangka pengambilan keputusan.

2.1.1.2 Bidang-Bidang Akuntansi

Bidang-Bidang Akuntansi

Menurut Rahman Pura (2013:4) bidang-bidang akuntansi ada delapan macam yaitu:

a. “Akuntansi Keuangan (*Financial Accounting*)

Adalah bidang akuntansi dari suatu entitas ekonomi secara keseluruhan. Akuntansi ini menghasilkan laporan keuangan yang ditujukan untuk semua pihak khususnya pihak-pihak dari luar perusahaan, sehingga laporan yang dihasilkannya bersifat serbaguna (*general purpose*).

b. Akuntansi Manajemen (*Management Accounting*)

Adalah akuntansi yang khusus memberi informasi bagi pimpinan perusahaan/manajemen untuk pengambilan keputusan dalam rangka pencapaian tujuan perusahaan,

c. Akuntansi Biaya (*Cost Accounting*)

Adalah akuntansi yang kegiatan utamanya adalah menetapkan, mencatat, menghitung, menganalisis, mengawasi, serta melaporkan kepada manajemen tentang biaya dan harga pokok produksi.

d. Akuntansi Pemeriksaan (*Auditing*)

Bidang ini berhubungan dengan pemeriksaan secara bebas terhadap laporan akuntansi yang dibuat bisa lebih dipercaya secara obyektif.

e. Sistem Akuntansi (*Accounting System*)

Bidang ini melakukan perancangan dan implementasi dari prosedur pencatatan dan pelaporan data akuntansi.

f. Akuntansi Perpajakan (*Tax Accounting*)

Adalah bidang akuntansi yang bertujuan untuk membuat laporan keuangan untuk kepentingan perpajakan dan perencanaan perpajakan sesuai dengan ketentuan perpajakan yang berlaku.

g. Akuntansi Anggaran (*Budgeting*)

Bidang ini berhubungan dengan penyusunan rencana keuangan perusahaan mengenai kegiatan perusahaan untuk jangka waktu tertentu di masa datang serta analisa dan pengawasannya.

h. Akuntansi Organisasi Nirlaba (*Non Profit Accounting*)

Adalah bidang akuntansi yang proses kegiatannya dilakukan oleh organisasi non laba seperti Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), yayasan dan lain-lain”.

Bidang-bidang akuntansi dibagi menjadi delapan macam, dalam penelitian ini bidang akuntansi yang akan digunakan yaitu Akuntansi Perpajakan (*Tax Accounting*).

2.1.1.3 Akuntansi Perpajakan

Menurut Supriyanto (2011:2) akuntansi perpajakan adalah sebagai berikut:

“Suatu proses pencatatan, penggolongan dan pengikhtisaran suatu transaksi keuangan kaitannya dengan kewajiban perpajakan dan diakhiri dengan pembuatan laporan keuangan fiskal sesuai dengan ketentuan dan peraturan perpajakan yang terkait sebagai dasar pembuatan Surat Pemberitahuan Tahunan.”

Menurut Setiawan, Agus (2012:8) menjelaskan bahwa akuntansi pajak adalah sebagai berikut:

“Akuntansi pajak adalah sekumpulan prinsip, standar, perlakuan akuntansi pajak digunakan untuk mempermudah surat pemberitahuan pajak (SPT) masa dan tahun pajak penghasilan dimana wajib pajak tersebut terdaftar. SPT tahunan pajak penghasilan harus diisi sesuai dengan laporan keuangan fiskal dan harus dilampirkan antara akuntansi komersial dengan akuntansi pajak terdapat perbedaan kebijakan dalam hal pengukuran pendapatan biaya”.

Menurut Agoes dan Estralita (2013:10) pengertian akuntansi pajak adalah sebagai berikut:

“Akuntansi pajak adalah menetapkan besarnya pajak terutang berdasarkan laporan keuangan yang disusun oleh perusahaan”.

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa akuntansi pajak adalah pencatatan transaksi yang hanya berhubungan dengan pajak untuk mempermudah penyusunan surat pemberitahuan pajak (SPT) masa dan tahunan pajak penghasilan. Akuntansi pajak tercipta karena adanya suatu prinsip dasar yang diatur dalam UU perpajakan dan pembentukannya terpengaruh oleh fungsi perpajakan dalam mengimplementasikan sebagai kebijakan pemerintah.

2.1.2 Profitabilitas

2.1.2.1 Definisi Profitabilitas

Tujuan sebuah perusahaan adalah memperoleh laba, profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menilai sejauh mana sebuah perusahaan mampu menghasilkan laba. Berikut ini beberapa pengertian profitabilitas menurut para ahli:

Menurut Sofyan Syafri Harahap (2013:304) profitabilitas adalah:

“Menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang perusahaan, dan lain sebagainya.”

Menurut Agus Sartono (2015:122) profitabilitas adalah:

“Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini misalnya bagi pemegang saham akan melihat keuntungan yang benar-benar akan diterima dalam bentuk dividen.”

Menurut Dr. S. K. Singh (2016:334) menyatakan profitabilitas adalah sebagai berikut:

“Profitability refers to the ability of a bussiness to earn profit. It show the efficiency of the business. These measure the profit earning capacity of the company.”

Berdasarkan teori di atas dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang ada.

2.1.2.2 Definisi Rasio Profitabilitas

Menurut Kieso, Weygant, dan Warfield (2014:245) rasio profitabilitas adalah:

“Profitability ratio is a ratio that measure of the degree of success or failure of a given company or division for a given period of time.”

Menurut David Spiceland (2014:270) rasio profitabilitas adalah:

“Profitability ratios attempt to measure a company’s ability to earn an adequate return relative to sales or resources devoted to operations. Resources devoted to operation can be defined as total assets or only those assets provided by owners.”

Menurut Irham Fahmi (2013:135) pengertian profitabilitas adalah sebagai

berikut:

“Rasio yang mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi.”

Menurut Hery (2016:192) menyatakan bahwa:

“Rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya”.

Berdasarkan teori diatas maka rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan perusahaan atau divisi dalam menghasilkan laba yang diperoleh dari penjualan serta aktivitas bisnisnya dalam satu periode dengan menggunakan sumber daya yang ada di dalam perusahaan. Rasio profitabilitas ini yang biasa digunakan sebagai bahan pertimbangan seorang investor dalam menanamkan sahamnya di suatu perusahaan. Bila suatu perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi terhadap pengembalian saham, maka investor akan memilih perusahaan tersebut untuk menanamkan modalnya.

2.1.2.3 Tujuan dan Manfaat Rasio Profitabilitas

Rasio 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. Tujuan dari rasio profitabilitas dari perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan menurut Kasmir (2013:197):

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam suatu 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 dari rasio profitabilitas adalah:

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.

Selain itu, tujuan dan manfaat rasio profitabilitas secara keseluruhan menurut Hery (2016:192) yaitu:

1. “Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.

5. Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas.
6. Untuk mengukur margin laba kotor atas penjualan bersih.
7. Untuk mengukur margin laba operasional atas penjualan bersih.
8. Untuk mengukur margin laba bersih atas penjualan bersih”.

2.1.2.4 Metode Pengukuran Profitabilitas

Menurut Agus Sartono (2015:122) terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas, yaitu:

1. *Gross profit margin*

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Penjualan} - \text{Harga pokok penjualan}}{\text{Penjualan}}$$

Semakin tinggi profitabilitasnya berarti semakin baik. Tetapi perlu diperhatikan bahwa *gross profit margin* sangat dipengaruhi oleh harga pokok penjualan. Apabila harga pokok penjualan meningkat maka *gross profit margin* akan menurun begitu pun sebaliknya.

2. *Net profit margin*

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

Apabila *gross profit margin* selama suatu periode tidak berubah sedangkan *net profit margin* mengalami penurunan maka berarti bahwa biaya meningkat relative lebih besar daripada peningkatan penjualan.

3. *Return on investment*

$$\text{Return On investment} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

Return on investment atau *return on assets* menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan.

4. *Return On Equity (ROE)*

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Modal}}$$

Return on equity atau *return on net worth* mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan. Rasio ini juga dipengaruhi oleh besar-kecilnya utang

perusahaan, apabila proporsi utang makin besar maka rasio ini juga akan makin besar.

5. *Profit margin*

$$\text{Profit margin} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Penjualan}}$$

Dengan menggunakan hubungan antara perputaran aktiva dengan *net profit margin* maka dapat dicari *earning power*. *Earning power* adalah hasil kali *net profit margin* dengan perputaran aktiva.

6. *Earning power*

$$\text{Earning power} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aktiva}} \times \frac{\text{Laba setelah Pajak}}{\text{Penjualan}}$$

Earning power merupakan tolak ukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan aktiva yang digunakan. Rasio ini menunjukkan pula tingkat efisiensi investasi yang nampak pada tingkat perputaran aktiva. Apabila perputaran aktiva meningkat dan *net profit margin* tetap maka *earning power* juga akan meningkat. Dua perusahaan mungkin akan mempunyai *earning power* yang sama meskipun perputaran aktiva dan *net profit margin* keduanya berbeda.

Dalam penelitian ini, alat ukur profitabilitas yang digunakan oleh penulis adalah *Return On Asset (ROA)*. Karena *ROA* mencerminkan hasil *return* yang diperoleh perusahaan atas total aktiva yang digunakan. Selain itu *return on assets* menunjukkan efektivitas manajer dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan, semakin tinggi nilai *ROA* yang mampu diraih oleh perusahaan maka performa keuangan perusahaan dikategorikan baik, semakin baik pengelolaan aset suatu perusahaan dan semakin besar juga laba yang diperoleh perusahaan.

2.1.2.5 Return On Assets

Menurut Kieso, Weygant, dan Warfield (2014:518) *Return on Assets (ROA)*

adalah:

“Ratio between net profit after tax and interest to the amount of sales of the company.”

Menurut David Spiceland (2014:271) menyatakan:

“Return on Assets ratio expresses income as a percentage of the average total assets available to generate income.”

Sedangkan menurut Hanafi (2014:42) pengertian ROA adalah:

“Rasio profitabilitas adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu. Dan rasio ini dicerminkan dalam *Return on Assets (ROA)*, yang menunjukkan efisiensi manajemen aset.”

Pengertian *Return on Assets (ROA)* menurut Irham Fahmi (2015:137) adalah:

“ROA adalah rasio yang melihat sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan.”

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa *Return on Assets* merupakan rasio yang mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan dari efisiensi manajemen aset yang tersedia.

2.1.3 *Corporate Social Responsibility*

2.1.3.1 *Pengertian Corporate Social Responsibility*

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No 40 Tahun 2007 mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* adalah

“Tanggung jawab sosial dan Lingkungan adalah 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 Rahmawati (2012:180) *Corporate Social Responsibility* adalah:

“Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam tanggung jawab operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum.”

Menurut Rusdianto (2013:7) *Corporate Social Responsibility* adalah:

“Konsep dari *Corporate Social Responsibility (CSR)* mengandung arti bahwa organisasi bukan lagi sebagai entitas yang hanya mementingkan diri sendiri (*selfish*). Sehingga terelienasi dari lingkungan masyarakat di tempat mereka bekerja, melainkan sebuah entitas usaha yang wajib melakukan adaptasi kultural dengan lingkungan sosialnya. Konsep ini menyediakan jasa bagi setiap perusahaan untuk melibatkan dirinya dengan dimensi sosial dan memberi perhatian terhadap dampak sosial yang ada.”

Menurut Samuel, Nicholas dan Gupta (2013:9) *Corporate Social Responsibility* adalah:

“*Corporate Social Responsibility is a company’s commitment to operating in an economically, socially, and environmentally sustainable manner, while recognizing the interests of its stakeholder, including investors, costumers,*

employees, business partner, local communities, the environment, and society at large.”

Berdasarkan definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen perusahaan dalam menjalankan usahanya sambil memperhatikan kepentingan *stakeholder* guna meningkatkan taraf ekonomi, sosial dan lingkungan secara berkelanjutan.

2.1.3.2 Pengertian Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Rakiemah (2009) pengungkapan *Corporate Social Responsibility* didefinisikan sebagai:

“Suatu proses penyediaan informasi yang dirancang untuk mengemukakan masalah seputar social accountability, yang mana secara khas tindakan ini dapat dipertanggungjawabkan dalam media-media seperti laporan keuangan tahunan maupun dalam bentuk iklan-iklan yang berorientasi sosial.”

Menurut Rahmawati (2012:183) menyatakan 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.”

Menurut Andreas, Desmiyawati dkk (2015) menyatakan bahwa bahwa :

“Corporate Social Responsibility disclosure is the disclosure of all information related to social responsibility activities that have been implemented by companies. Corporate Social Responsibility disclosure was measured by

Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI) which refers Global Report Initiatives (GRI) indicators.”

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan pengungkapan informasi atas kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan kepada kelompok khusus yang berkepentingan atau masyarakat secara luas.

2.1.3.3 Faktor – faktor *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure*

Menurut Rusdianto (2013:44) menjelaskan 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.

2.1.3.4 Ruang Lingkup *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure*

Menurut Azheri (2012:36) menyatakan ada tiga dimensi yang harus diperhatikan, sehubungan dengan ruang lingkup CSR yaitu:

1. “*Corporate Philantropy* 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 mempengaruhi perusahaan maupun masyarakat secara keseluruhan.”

2.1.3.5 Teori yang Melandasi *Corporate Social Responsibility*

Menurut Lako (2011:5) terdapat lima teori yang melandasi *Corporate Social*

Responsibility yaitu:

1. “Teori *stakeholder*
Teori ini menyatakan bahwa kesuksesan dan hidup matinya suatu perusahaan sangat tergantung pada kemampuannya menyeimbangkan beragam kepentingan dari para *stakeholder* atau pemangku kepentingan. Jika mampu, maka perusahaan akan meraih dukungan yang berkelanjutan dan menikmati pertumbuhan pasar, penjualan, serta laba. Dalam perspektif teori *stakeholder*, masyarakat dan lingkungan merupakan *stakeholder* inti perusahaan yang harus diperhatikan.
2. Teori legitimasi
Dalam perspektif teori legitimasi, perusahaan dan komunitas sekitarnya memiliki relasi social yang erat karena keduanya terikat dalam suatu “*social contract*”. Teori kontrak social *Social contract* menyatakan bahwa keberadaan perusahaan dalam suatu area karena didukung secara politis dan dijamin oleh regulasi pemerintah serta parlemen yang juga merupakan representasi dari masyarakat. Dengan demikian, ada kontrak social secara tidak langsung antara perusahaan dan masyarakat di mana masyarakat memberi *cost* dan *benefits* untuk keberlanjutan suatu korporasi. Karena itu, CSR merupakan suatu kewajiban asasi perusahaan yang tidak bersifat suka rela.
3. Teori sustainabilitas korporasi

Menurut teori ini, agar bias hidup dan tumbuh secara berkelanjutan, korporasi harus mengintegrasikan tujuan bisnis dengan tujuan social dan ekologi secara utuh. Pembangunan bisnis harus berlandaskan pada tiga pilar utama yaitu ekonomi, social, dan lingkungan secara terpadu, serta hidup dan memenuhi kebutuhannya. Dalam perspektif teori *corporate sustainability*, masyarakat dan lingkungan adalah pilar dasar dan utama yang menentukan keberhasilan bisnis suatu perusahaan sehingga harus selalu diproteksi dan diberdayakan.

4. *Political economy*

Menurut teori ini, domain ekonomi tidak dapat diisolasi dari lingkungan di mana transaksi-transaksi ekonomi dilakukan. Laporan keuangan (ekonomi) perusahaan merupakan dokumen social dan politik serta juga dokumen ekonomi. Karena tidak dapat diisolasi dari masyarakat dan lingkungan, perusahaan wajib memperhatikan dan melaksanakan CSR.

5. Teori keadilan

Menurut teori ini, dalam system kapitalis pasar bebas laba/rugi sangat tergantung pada *the unequal rewards and privileges* yang terdapat dalam laba dan kompensasi. Laba/rugi mencerminkan ketidakadilan antarpihak yang dinikmati atau diderita suatu perusahaan. Karena itu, perusahaan harus adil terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya yang sudah turut menanggung dampak eksternalitas perusahaan melalui program-program CSR.”

2.1.3.6 Manfaat *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure*

Aktivitas *Corporate Social Responsibility* memiliki fungsi strategis bagi perusahaan, yaitu sebagai bagian dari manajemen risiko khususnya dalam membentuk katup pengaman sosial (*social security*). Dengan menjalankan *Corporate Social Responsibility*, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga harus turut berkontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan jangka panjang.

Menurut Rusdianto (2013:13) terdapat manfaat pengungkapan *Corporate Social Responsibility (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 sumberdaya 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*).

Menurut Rusdianto (2013:13) menyatakan bahwa:

“Keputusan perusahaan untuk melaksanakan *Corporate Social Responsibility* secara berkelanjutan, merupakan keputusan yang rasional. Sebab implementasi program *Corporate Social Responsibility* akan menimbulkan efek lingkaran emas yang tidak hanya bermanfaat bagi perusahaan, melainkan juga *stakeholder*. Bila *Corporate Social Responsibility* mampu dijalankan secara efektif maka dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi perusahaan, melainkan juga bagi masyarakat, pemerintah dan lingkungan.”

2.1.3.7 Indikator Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Global Reporting Initiative (GRI), yang merupakan panduan pelaporan perusahaan untuk mendukung pembangunan berkelanjutan yang digagas oleh PBB lewat *Coalition for Environmental Economies (CERES)* dan (UNEP) pada tahun 1997. GRI merupakan organisasi non-profit yang mempromosikan keberlanjutan sosial, ekonomi, dan lingkungan. GRI menyediakan kerangka pelaporan keberlanjutan yang komprehensif bagi semua perusahaan dan organisasi yang banyak digunakan diseluruh dunia. Pedoman pengungkapan GRI terdiri dari G3, G3.1, dan G4. G3 atau yang sering

dikenal dengan G 3.0 merupakan versi awal dari pedoman GRI yang terdiri dari 79 indikator dan merupakan pedoman yang sering digunakan sampai saat ini. G3.1 merupakan versi pengembangan dari G3 yang didalamnya terkandung 84 indikator termasuk 79 indikator yang digunakan sebelumnya pada G3 dengan beberapa perubahan dan tambahan-tambahan lainnya yang dinilai lebih menyempurnakan pedoman GRI. G4 merupakan pedoman terbaru yang memiliki 91 indikator.

(www.globalreporting.org).

Indikator-indikator dalam GRI *Standard Disclosure* G4, terdiri dari 3 komponen:

1. Indikator kinerja Ekonomi (*Economic Performance Indicator*)
2. Indikator kinerja Lingkungan (*Environmental Performance Indicator*)
3. Indikator kinerja Sosial (*Social Performance Indicators*), terdiri dari 4 aspek, yaitu:
 - Indikator Kinerja Praktek Kerja & Kelayakan Kerja (*Labor Practices & Decent Work Performance Indicator*)
 - Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*Human Rights Performance Indicator*)
 - Indikator Kinerja Masyarakat (*Society Performance Indicator*)
 - Indikator Kinerja Tanggung Jawab Produk (*Product Responsibility Performance Indicator*)

Tabel 2.1

**91 Indikator Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
Berdasarkan GRI-G4**

KATEGORI	KODE	KETERANGAN
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 program imbalan pasti
	EC4	Bantuan financial yang diterima dari pemerintah
-Keberadaan Pasar	EC5	Rasio upah standar pegawai pemula (entry level) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan
	EC6	Perbandingan manajemen senior yang diperkerjakan dari masyarakat lokal di lokasi 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
-Praktek Pengadaan	EC9	Perbandingan dari pembelian pemasok lokal di operasional yang signifikan
KATEGORI LINGKUNGAN		
-Bahan	EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume
	EN2	Persentase 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

KATEGORI	KODE	KETERANGAN
		dipengaruhi oleh pengambilan air
	EN10	Presentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali
-Keaneragaman Hayati	EN11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola didalam, atau yang berdekatan dengan, kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung.
	EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung
	EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan
	EN14	Jumlah total spesies dalam iucn res list dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan
-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	NOX, SOX, dan emisi udara signifikan lainnya
-Efluen dan Limbah	EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
	EN23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
	EN24	Jumlah dan volume total tumpahan signifikan
	EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi Basel2 Lampiran I, II, III, dan VIII yang diangkut,diimpor, diekspor, atau diolah, dan presentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional

KATEGORI	KODE	KETERANGAN
	EN26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai 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	Presentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasi menurut kategori
-Kepatuhan	EN29	Nilai moneter denda 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	Presentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan
	EN33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
-Mekanisme Pengaduan Masala Lingkungan	EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
KATEGORI SOSIAL		
SUB-KATEGORI : PRAKTEK KETENAGAKERJAAN DAN KENYAMANAN BEKERJA		
-Kepegawaian	LA1	Jumlah total dan tingkat pengkrekrutan karyawan baru, dan turnover 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

KATEGORI	KODE	KETERANGAN
	LA3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi 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	Presentase total 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	Pekerja yang sering terkena atau berisiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka
	LA8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja
-Pelatihan dan Pendidikan	LA9	Jam pelatihan rata-rata per tahun 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	Presentase karyawan yang menerima review kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan
-Keberagaman dan Kesetaraan Peluang	LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya
	LA13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan berdasarkan lokasi operasional yang signifikan

KATEGORI	KODE	KETERANGAN
-Asesmen Pemasok Terkait Praktik Ketenagakerjaan	LA14	Presentase penapisan pemasok baru menggunakan kreteria prakti ketenagakerjaan
	LA15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
	LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani,
SUB-KATEGORI : HAK ASASI MANUSIA		
-Investasi	HR1	Jumlah total dan presentase 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 atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi, termasuk presentase karyawan yang dilatih
-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 berisiko 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 teridentifikasi berisiko 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 teridentifikasi berisiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja
-Praktik Pengaman	HR7	Presentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia di organisasi yang relevan dengan

KATEGORI	KODE	KETERANGAN
		operasi
-Hak Adat	HR8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil
-Asesmen	HR9	Jumlah total dan presentase operasi yang telah melakukan review atau asesmen dampak hak asasi manusia
-Asesmen Pemasok Atas Hak Asasi Manusia	HR10	Presentase penapisan pemasok baru menggunakan kreteria hak asasi manusia
	HR11	Dampak negatif 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 mekanisme pengaduan formal
SUB-KATEGORI MASYARAKAT		
-Masyarakat Lokal	SO1	Presentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan
	SO2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal
-Anti Korupsi	SO3	Jumlah total dan presentase operasi yang dinilai terhadap resiko 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	SO9	Presentase penapisan pemasok baru menggunakan kreteria untuk dampak

KATEGORI	KODE	KETERANGAN
Atas Dampak Terhadap Masyarakat		terhadap masyarakat
	SO10	Dampak negatif 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, di tangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
SUB-KATEGORI : TANGGUNG JAWAB ATAS PRODUK		
-Kesehatan Keselamatan Pelanggan	PR1	Presentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan
	PR2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan 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, serta presentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan 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 disengketakan
	PR7	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promisi dan sponsor, menurut jenis hasil
-Privasi Pelanggan	PR8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan

KATEGORI	KODE	KETERANGAN
-Kepatuhan	PR9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan perturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa

Sumber: *Global Reporting Initiative*

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

$$CSRDIj = \frac{\sum Xij}{nj} \times 100\%$$

Keterangan:

CSRIj : *Corporate Social Responsibility Index* perusahaan j

Xij : 1= jika kriteria diungkapkan; 0 = jika kriteria tidak diungkapkan

nj : Jumlah kriteria pengungkapan *Corporate Social Responsibility* untuk perusahaan j, $nj \leq 91$

2.1.4 Agresivitas Pajak

2.1.4.1 Definisi Pajak

Menurut Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan:

“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.”

Menurut Sukrisno Agoes dan Estrelita (2013:6) menyatakan bahwa:

“Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal-balik (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan, dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum.”

Menurut Siti Resmi (2014:2) definisi pajak adalah sebagai berikut:

“Pajak adalah prestasi yang dipaksakan sepihak oleh dan terutang kepada penguasa (menurut norma-norma yang ditetapkan secara umum), tanpa adanya kontraprestasi, dan semata-mata digunakan untuk menutup pengeluaran-pengeluaran umum.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pajak adalah kontribusi wajib pajak kepada negara yang sifatnya dipaksakan (berdasarkan undang-undang) mendapat kontraprestasi secara tidak langsung untuk membiayai pengeluaran umum pemerintah untuk keperluan negara.

2.1.4.2 Fungsi Pajak

Menurut Siti Resmi (2014:3) terdapat dua fungsi pajak yaitu:

1. “Fungsi *Budgetair* (Sumber Keuangan Negara)
Artinya pajak merupakan salah satu sumber penerimaan pemerintah untuk membiayai pengeluaran baik rutin maupun pembangunan. Sebagai sumber keuangan negara, pemerintah berupaya memasukan uang sebanyak-

banyaknya untuk kas negara. Upaya tersebut ditempuh dengan cara ekstensifikasi maupun intensifikasi pemungutan pajak melalui penyempurnaan peraturan berbagai jenis pajak, seperti Pajak Penghasilan (PPh), Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), Pajak Bumi dan Bangunan (PBB).

2. Fungsi *Regularend* (Pengatur)

Artinya pajak sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi serta mencapai tujuan-tujuan tertentu di luar bidang keuangan. Beberapa contoh penerapan pajak sebagai fungsi pengatur adalah:

- a) Pajak yang tinggi dikenakan terhadap barang-barang mewah.
- b) Tarif pajak progresif dikenakan atas penghasilan dimaksudkan agar pihak yang memperoleh penghasilan tinggi memberikan kontribusi (membayar pajak) yang tinggi pula sehingga terjadi pemerataan pendapatan.
- c) Tarif pajak ekspor sebesar 0% dimaksudkan agar para pengusaha terdorong mengeksport hasil produksinya di pasar dunia sehingga memperbesar devisa negara.
- d) Pajak penghasilan dikenakan atas penyerahan barang hasil industri tertentu seperti industri semen, industri rokok, industri baja, dan lain-lain, dimaksudkan agar terdapat penekanan produksi terhadap industri tersebut karena dapat mengganggu lingkungan atau polusi (membahayakan kesehatan).
- e) Pembebasan pajak penghasilan atas sisa hasil usaha koperasi dimaksudkan untuk mendorong perkembangan koperasi di Indonesia.
- f) Pemberlakuan *tax holiday* dimaksudkan untuk menarik investor asing agar menanamkan modalnya di Indonesia.”

2.1.4.3 Sistem Pemungutan Pajak

Menurut Siti Resmi (2014:11) sistem pemungutan pajak dibagi menjadi tiga yaitu:

1. “*Official Assessment System*

Adalah sistem pemungutan pajak yang memberi kewenangan aparaturnya untuk menentukan sendiri jumlah pajak yang terutang setiap tahun sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Ciri-cirinya adalah sebagai berikut:

- a. Wewenang untuk menentukan besarnya beban pajak terutang ada pada fiskus.
 - b. Wajib pajak bersifat pasif.
 - c. Utang pajak timbul setelah dikeluarkan surat ketetapan pajak oleh fiskus.
2. *Self Assessment System*
Adalah sistem pemungutan pajak yang memberikan kewenangan kepada wajib pajak dalam menentukan sendiri jumlah pajak yang terutang setiap tahunnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Ciri-cirinya adalah sebagai berikut:
- a. Wewenang untuk menentukan besarnya pajak terutang ada pada wajib pajak sendiri.
 - b. Wajib pajak bersifat aktif, mulai dari menghitung, menyetor dan melaporkan sendiri pajak yang terutang.
 - c. Fiskus tidak ikut campur hanya mengawasi.
3. *With Holding System*
Adalah sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pihak ketiga yang ditunjuk untuk menentukan sendiri besarnya pajak terutang. Ciri-cirinya adalah wewenang menentukan besarnya pajak yang terutang adalah pihak ketiga, pihak selain fiskus dan wajib pajak.”

2.1.4.4 Beban Pajak

Merujuk dari PSAK Nomor 46 paragraf 08, beban pajak adalah jumlah agregat pajak kini (*current tax*) dan pajak tangguhan (*deferred tax*) yang diperhitungkan dalam menentukan laba atau rugi suatu periode. Pajak kini adalah jumlah pajak penghasilan terutang atas penghasilan kena pajak pada satu periode, sedangkan pajak tangguhan adalah jumlah pajak penghasilan terutang untuk periode mendatang sebagai akibat adanya perbedaan temporer kena pajak.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa beban pajak merupakan jumlah dari pajak kini dan pajak tangguhan berdasarkan dalam satu periode atau periode mendatang.

2.1.4.5 Perencanaan Pajak

Perencanaan pajak atau *tax planning* merupakan tahap awal untuk melakukan analisis secara sistematis berbagai alternatif perlakuan perpajakan dengan tujuan untuk mencapai pemenuhan kewajiban perpajakan minimum. *Tax planning* merupakan bagian dari manajemen perpajakan secara luas. Namun tidak dipungkiri bahwa istilah *tax planning* lebih populer dibanding dengan istilah *tax management*. Diperlukannya manajemen perpajakan sebenarnya berangkat dari hal yang sangat mendasar dari sifat manusia (manusiawi). Pohan (2013:7) menyatakan bahwa:

“Kalau bisa tidak membayar, mengapa harus membayar. Kalau bisa membayar lebih kecil, mengapa harus membayar lebih besar. Namun semuanya harus dilakukan dengan itikad baik dan cara-cara yang tidak melanggar aturan perpajakan.”

Menurut Zain (2008:67), menyatakan bahwa perencanaan pajak adalah:

“Tindakan penstrukturan yang terkait dengan konsekuensi potensi pajaknya, yang tekanannya kepada pengendalian setiap transaksi yang ada konsekuensi pajaknya. Tujuannya adalah bagaimana pengendalian tersebut dapat mengefisiensikan jumlah pajak yang akan ditransfer ke pemerintah, melalui apa yang disebut sebagai penghindaran pajak (*tax avoidance*) dan bukan penyelundupan pajak (*tax evasion*).”

Menurut Suandy (2011:7), *tax planning* merupakan:

“Bagian dari manajemen perpajakan secara luas serta tahap awal untuk melakukan analisis secara sistematis berbagai alternatif perlakuan perpajakan dengan tujuan untuk mencapai pemenuhan kewajiban perpajakan minimum. Perencanaan perpajakan umumnya selalu dimulai dengan meyakinkan apakah suatu transaksi atau fenomena akan dikenai pajak. Kalau fenomena tersebut dikenakan pajak, apakah dapat diupayakan untuk dikecualikan atau dikurangi jumlah pajaknya, selanjutnya apakah pembayaran pajak tersebut dapat ditunda pembayarannya, dan lain sebagainya.”

Menurut Pohan (2013:18), *tax planning* merupakan:

“Proses mengorganisasi usaha wajib pajak orang pribadi maupun badan usaha sedemikian rupa dengan memanfaatkan berbagai celah kemungkinan yang dapat ditempuh oleh perusahaan dalam koridor ketentuan peraturan perpajakan (*loopholes*), agar perusahaan dapat membayar pajak dalam jumlah minimum.”

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa *tax planning* merupakan bagian dari manajemen perpajakan yang merupakan tahap awal melakukan analisis secara sistematis yang dilakukan oleh wajib pajak orang pribadi maupun badan dengan memanfaatkan berbagai celah kemungkinan yang dapat ditempuh. Bertujuan untuk mengefesiansikan jumlah pajak yang akan ditransfer ke pemerintah, melalui penghindaran pajak, bukan penyelundupan pajak.

2.1.4.6 Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak merupakan tindakan yang umum terjadi di kalangan perusahaan-perusahaan besar di seluruh dunia. Hal ini dikarenakan perusahaan menganggap pajak merupakan beban yang dapat mengurangi pendapatan perusahaan, akhirnya perusahaan melakukan kegiatan agresivitas pajak yang bertujuan untuk meminimalkan beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan.

Menurut Balakrishnan (2011) menyatakan:

“tax aggressiveness is a more specific activity, being encompassed by transactions where the primary purpose is to lower the firm’s tax liability.”

Menurut Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa:

“Tax aggressiveness as the downward management of taxable income through tax planning activities. It thus encompasses tax planning activities that are legal or that may fall into the gray area, as well as activities that are illegal.”

Menurut Jessica dan Toly (2014) mendefinisikan agresivitas pajak adalah:

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

Berdasarkan penjelasan mengenai agresivitas pajak diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa agresivitas pajak merupakan kegiatan perencanaan yang lebih spesifik yang bertujuan untuk menurunkan beban pajak secara legal atau dengan memanfaatkan *gray area* yang tidak dijelaskan secara khusus dalam undang-undang.

Menurut Pohan (2013:9) memaparkan beberapa hal yang mempengaruhi perilaku wajib pajak meminimumkan kewajiban pembayaran pajaknya:

1. “Tingkat kerumitan suatu peraturan
Makin rumit peraturan perpajakan yang ada, maka terdapat kecenderungan untuk menghindarinya karena biaya untuk mematuhi (*compliance cost*) menjadi tinggi.
2. Besarnya pajak yang terutang
Makin besar jumlah pajak yang terutang akan makin giat usaha-usaha wajib pajak untuk memperkecil jumlah pembayaran pajaknya.
3. Biaya untuk negosiasi
Disengaja atau tidak disengaja, kadang-kadang wajib pajak melakukan negosiasi-negosiasi dalam pelaksanaan hak dan kewajiban perpajakannya.
4. Resiko deteksi
Resiko deteksi ini berhubungan dengan tingkat probabilitas apakah pelanggaran ketentuan perpajakan ini akan terdeteksi atau tidak. Makin rendah resiko deteksi, wajib pajak memiliki kecenderungan untuk melakukan pelanggaran-pelanggaran ketentuan perpajakan. Sebaliknya,

bila suatu pelanggaran ketentuan perpajakan mudah diketahui, maka wajib pajak akan memilih posisi konservatif dengan tidak melanggar aturan.”

2.1.4.7 Metode Pengukuran Agresivitas Pajak

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

1. *Effective Tax Rate*

$$ETR_{it} = \frac{\text{Total Tax Expense}_{it}}{\text{Pre-tax income}_{it}}$$

2. *Cash Effective Tax Rate*

$$CETR_{it} = \frac{\text{Cash Tax Paid}_{it}}{\text{Pre-tax income}_{it}}$$

3. Book Tax Difference Manzon-Plesko

$$BTD_{MP}_{it} = \frac{Y_{it}^S - Y_{it}^T}{\text{TotalAsset}_{it-1}}$$

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

$$BTD_{DD}_{it} = \beta_1 TA_{it} + \mu_i + \varepsilon_{it}$$

5. TAXPLAN

$$TAXPLAN_{it} = \frac{\sum_t^{t-2} [PTI * 30\% - \text{Current portion of total tax expense}]: 3}{\text{Ending Asset}_t}$$

Menurut Lanis dan Richardson (2012) variabel agresivitas pajak dihitung melalui ETR (*Effective Tax Rate*) pada perusahaan yaitu beban pajak penghasilan dibagi dengan laba sebelum pajak. Rumus untuk menghitung ETR Menurut Lanis and Richardson (2013) adalah sebagai berikut:

$$ETR_{it} = \frac{Total\ Tax\ Expense_{it}}{Pre - tax\ income_{it}}$$

Keterangan:

ETR_{it} : *Effective Tax Rate* Perusahaan i pada periode ke t

$Total\ Tax\ Expense_{it}$: Jumlah beban pajak penghasilan perusahaan i pada periode ke t

$Pre-tax\ income_{it}$: Laba sebelum pajak perusahaan i pada periode ke t

Dalam penelitian ini penulis menggunakan rumus ETR bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat Agresivitas Pajak pada perusahaan. Alasan penelitian ini menggunakan rumus ETR karena beberapa penelitian sebelumnya banyak menggunakan ETR untuk mengukur agresivitas pajak. Semakin rendah nilai ETR mengidentifikasikan adanya agresivitas pajak perusahaan. ETR yang rendah menunjukkan beban pajak penghasilan yang lebih kecil daripada pendapatan sebelum pajak. Menurut Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa:

“bahwa ETR merupakan proksi yang paling banyak digunakan pada penelitian terdahulu. Proksi ETR dinilai menjadi indikator adanya agresivitas pajak apabila memiliki ETR yang mendekati nol. Semakin rendah nilai ETR yang dimiliki perusahaan maka semakin tinggi tingkat agresivitas pajaknya. ETR yang rendah menunjukkan beban pajak penghasilan lebih kecil dari pendapatan sebelum pajak.”

2.1.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

NO	PENELITI (TAHUN)	JUDUL	HASIL
1	Michelle Hanlon and Joel Slemrod (2008)	<i>What does tax aggressiveness signal? Evidence from stock price reaction to news about tax shelter involvement</i>	Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis maka dapat ditarik kesimpulan bahwa: Agresivitas pajak memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap harga saham.
2	Balakrishnan and Blouin (2011)	<i>Does tax aggressiveness reduce financial reporting transparency?</i>	Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis maka dapat ditarik kesimpulan bahwa: Agresivitas pajak memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap transparansi keuangan.
3	Roman Lanis and Grant Richardson (2012)	<i>Corporate Social Responsibility and tax aggressiveness: an empirical analysis</i>	Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis maka dapat ditarik kesimpulan bahwa: <i>Corporate Social Responsibility</i> memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap Agresivitas pajak.
4	Yoehana (2013)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap agresivitas pajak	Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis maka dapat ditarik kesimpulan bahwa: <i>Corporate Social Responsibility</i> memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap Agresivitas pajak.
5	Ardyansyah dan Zulaikha (2014)	Pengaruh <i>Size, Leverage, Profitability, Capital Intensity Ratio</i> dan Komisaris independen terhadap <i>Effective Tax Rate (ETR)</i>	Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis maka dapat ditarik kesimpulan bahwa: <i>Size</i> memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap <i>Effective Tax Rate</i> . <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Effective Tax Rate</i> . <i>Profitability</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Effective Tax Rate</i>

			<p><i>Capital Intensity Ratio</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Effective Tax Rate</i>.</p> <p>Komisaris Independen memiliki pengaruh positif signifikan terhadap <i>Effective Tax Rate</i>.</p>
6	Novia Bani Nugraha (2015)	<p>Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i>, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage dan <i>Capital Intensity</i> terhadap Agresivitas Pajak</p>	<p>Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:</p> <p><i>Corporate Social Responsibility</i> memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap Agresivitas Pajak.</p> <p>Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh namun tidak signifikan terhadap Agresivitas Pajak.</p> <p>Profitabilitas memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Agresivitas Pajak.</p> <p>Leverage memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap Agresivitas Pajak.</p> <p><i>Capital Intensity</i> memiliki pengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Agresivitas Pajak.</p>
7	Irvan Tiaras dan Henryanto (2015)	<p>Pengaruh Likuiditas, Leverage, Manajemen Laba, Komisaris Independen dan Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak</p>	<p>Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:</p> <p>Likuiditas tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.</p> <p>Leverage tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.</p> <p>Manajemen Laba memiliki pengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak.</p> <p>Komisaris Independen tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.</p> <p>Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap Agresivitas Pajak.</p>

8	Nona Fajar Rina (2015)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> , Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , <i>Return On Asset</i> dan Kepemilikan Keluarga terhadap Agresivitas Pajak	Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis maka dapat ditarik kesimpulan bahwa: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak <i>Return On Asset</i> memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Agresivitas Pajak. Kepemilikan Keluarga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Agresivitas Pajak.
9	Juniati Gunawan (2017)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Corporate Governance</i> terhadap Agresivitas Pajak	Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis maka dapat ditarik kesimpulan bahwa: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak. <i>Corporate Governance</i> tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.
10	Mustika (2017)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> , Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> , <i>Capital Intensity</i> , dan Kepemilikan Keluarga Terhadap Agresivitas Pajak	Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis maka dapat ditarik kesimpulan bahwa: <i>Corporate Social Responsibility</i> memiliki pengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. <i>Capital Intensity</i> tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

			Kepemilikan keluarga memiliki pengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.
--	--	--	---

2.2 Kerangka Pemikiran

Pajak merupakan salah satu penerimaan negara yang memiliki peranan sangat besar dalam menopang pembangunan untuk kemajuan dan kesejahteraan masyarakat, oleh sebab itu pemerintah terus melakukan berbagai upaya agar penerimaan pajak dapat diterima secara maksimum. Namun hal itu tidak sejalan dengan tujuan perusahaan sebagai wajib pajak yang menganggap pajak merupakan beban yang dapat mengurangi laba bersih perusahaan. Karena perbedaan tujuan antara pemerintah yang menginginkan penerimaan pajak yang maksimum, sedangkan perusahaan yang menginginkan pembayaran pajak yang minimum maka timbul ketidakpatuhan yang dilakukan oleh wajib pajak atau manajemen perusahaan yang akan berdampak pada upaya perusahaan untuk melakukan agresivitas pajak. Agresivitas pajak merupakan tindakan perusahaan untuk mengurangi pendapatan kena pajak melalui perencanaan pajak baik secara legal (*tax avoidance*) maupun dengan cara memanfaatkan *gray area*. Walaupun tidak semua tindakan perencanaan pajak melanggar hukum, akan tetapi semakin banyak celah yang digunakan perusahaan tersebut dianggap semakin agresif.

Kerangka penelitian ini menunjukkan pengaruh variabel independen, yaitu profitabilitas dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, terhadap variabel

dependen, yaitu agresivitas pajak. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

2.2.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak

Profitabilitas merupakan gambaran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Pada penelitian ini *Return On Asset (ROA)* digunakan sebagai indikator untuk mengukur profitabilitas perusahaan. ROA merupakan pengukur keuntungan bersih yang diperoleh dari penggunaan aktiva. Semakin tinggi nilai dari ROA semakin tinggi nilai profitabilitasnya, semakin besar profitabilitas maka beban pajak yang ditanggung semakin besar. Menurut Chen *et.al* (2010) menyatakan hubungan antara profitabilitas dengan agresivitas pajak sebagai berikut:

“Firms with high profitability have the opportunity to position themselves in tax planning that reduces the amount of taxes.”

Menurut Rodriguez dan Arias (2012) menyatakan bahwa:

“Profitability is obviously a determining factor for tax burden because the most profitable firms have larger profits and pay taxes every year. Less profitable firms have lower profit levels, or even losses, so they pay either less tax or none at all.”

Menurut Pohan (2013:3) mengemukakan bahwa:

“Salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan meminimalkan beban pajak, karena pajak merupakan salah satu factor pengurangan laba. Besarnya beban pajak seperti kita ketahui, tergantung pada besarnya penghasilan. Semakin besar penghasilan, semakin besar pula pajak yang terutang. Oleh karena itu perusahaan membutuhkan perencanaan pajak atau *tax planning* agar perusahaan membayar pajak dengan efisien.”

Adapun hubungan profitabilitas dengan agresivitas pajak yang dinyatakan oleh Nona Fajar Rina (2016) menyatakan bahwa:

“Semakin tinggi nilai ROA, semakin tinggi keuntungan perusahaan sehingga semakin baik pengelolaan aset suatu perusahaan. Semakin tinggi nilai ROA, maka semakin besar juga laba yang diperoleh perusahaan. Semakin besar laba perusahaan, semakin besar juga jumlah pajak penghasilan yang ditanggung perusahaan sehingga ada kecenderungan perusahaan akan melakukan agresivitas pajak.”

2.2.2 Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak

Perusahaan merupakan salah satu wajib pajak yang memiliki kewajiban untuk membayar pajak kepada negara. Dengan membayar pajak berarti perusahaan telah berkontribusi dalam mewujudkan pembangunan nasional guna kesejahteraan masyarakat luas. Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa perusahaan bukan hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun memberikan manfaat bagi *stakeholder*. Karena keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan para *stakeholder*. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mendapat dukungan dari *stakeholder*.

Lako (2011:73) menyatakan hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap agresivitas pajak sebagai berikut:

“Terdapat motif tersembunyi yang dilakukan oleh perusahaan dalam melaksanakan CSR. Sebagai contoh agar bisa menghindari membayar pajak yang terlalu besar kepada negara karena mendapatkan fasilitas insentif pajak, sementara di sisi lain perusahaan justru akan mendapatkan nama baik sebagai

perusahaan yang dermawan dan meningkatkan reputasinya karena melakukan CSR.”

Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan agresivitas pajak menurut Octaviana (2014) sebagai berikut:

“Selama ini perusahaan beranggapan memiliki dua beban yang sama yaitu beban pajak dan beban CSR. Pada dasarnya kedua beban tersebut digunakan untuk mensejahterakan masyarakat. Namun agar perusahaan tidak memiliki dua beban maka perusahaan mulai mencari cara untuk meminimalkan pajak perusahaan melalui kegiatan agresivitas pajak. Tindakan tersebut tentu tidak sesuai dengan harapan masyarakat. Oleh karena itu untuk menutupi tindakan tersebut perusahaan melaksanakan tanggung jawab social lebih besar kepada masyarakat untuk mengubah persepsi dan memperoleh legitimasi dari masyarakat.”

Lanis dan Richardson (2012) menyatakan hubungan antara CSR dengan agresivitas pajak sebagai berikut:

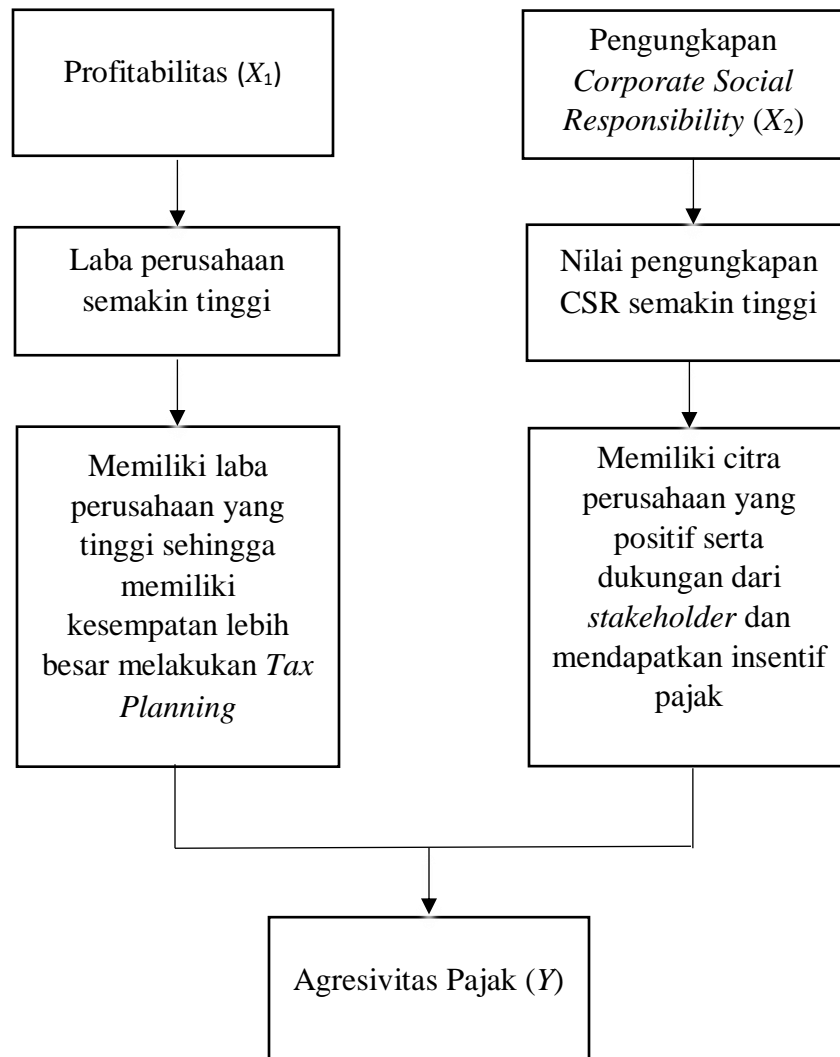
“This shortfall in corporate income tax revenue generates hostility, reputational damage (particularly in relation to its CSR profile) for a corporation with various stakeholders, and at worst could even result in the cessation of a corporation’s business operations.”

Adapun hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan agresivitas pajak menurut Juniati Gunawan (2017) sebagai berikut:

“Perusahaan yang mengungkapkan *corporate social responsibility* lebih banyak akan cenderung melakukan agresivitas pajak karena perusahaan yang melakukan agresivitas pajak berusaha melakukan pengalihan perhatian sehingga mengungkapkan aktivitas CSR lebih luas untuk mendapat citra positif dari para *stakeholder*.”

Beberapa penelitian terkait antara profitabilitas dan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak menunjukkan hasil yang beragam. Beberapa penelitian yang telah dilakukan menunjukkan adanya hubungan positif dan juga ada yang negatif. Sesuai dengan judul penelitian “ Pengaruh Profitabilitas dan

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak” maka model kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan Kerangka pemikiran, Maka hipotesis dari penelitian ini adalah :

Hipotesis 1 : “Terdapat Pengaruh Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak”.

Hipotesis 2 : “Terdapat Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak”.

Hipotesis 3 : “Terdapat Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak”.