

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS PENELITIAN

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Asimetri Informasi

2.1.1.1 Pengertian Asimetri Informasi

Pengertian asimetri informasi menurut Scoot (2009:105) sebagai berikut :

“Frequently, one type of participant in the market (sellers, for example) will know something about the assets being traded the other type of participant (buyers) does not know. When this situation exists, the market is said to be characterized by information asymmetry”

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa, asimetri informasi merupakan salah satu pihak yang terlibat dalam transaksi tersebut memiliki keunggulan dan kelebihan informasi mengenai aset yang diperdagangkan dibandingkan dengan pihak lain.

Menurut Jogiyanto (2010:387) pengertian asimetri informasi, yaitu: “Asimetri informasi adalah kondisi yang menunjukkan sebagian investor mempunyai informasi dan yang lainnya tidak memiliki.”

Menurut Mamduh M. Hanafi (2014:217) :

“Konsep *signaling* dan asimetri informasi berkaitan erat, teori asimetri mengatakan bahwa pihak-pihak yang berkaitan dengan perusahaan tidak mempunyai informasi yang sama mengenai prospek dan risiko perusahaan, pihak tertentu mempunyai informasi lebih baik dibandingkan dengan pihak luar.”

Dalam hal perpajakan, asimetri informasi terjadi antara pemungut pajak dengan pembayar pajak (manajemen perusahaan) yang disebabkan oleh kepentingan laba perusahaan Fiskus berharap adanya pemasukan sebesar-besarnya dari pemungutan pajak, sementara dari pihak manajemen berpandangan bahwa perusahaan harus menghasilkan laba yang cukup signifikan dengan beban pajak yang rendah. Dua sudut pandang berbeda inilah menyebabkan konflik antar fiskus sebagai pemungut pajak dengan pihak manajemen perusahaan sebagai pembayar pajak (Prakosa, 2014).

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa asimetri informasi merupakan suatu keadaan dimana salah satu pihak memiliki akses informasi yang lebih unggul atas prospek perusahaan yang tidak dimiliki oleh pihak luar perusahaan.

2.1.1.2 Jenis – Jenis Asimetri Informasi

Scott membagi asimetri informasi menjadi dua jenis berdasarkan bagaimana suatu pihak memiliki informasi yang lebih unggul daripada pihak lainnya.

Menurut Scott (2009:13-15), dua jenis asimetri informasi yaitu:

1. Adverse Selection

“Adverse selection is a type of information asymmetry whereby one or more parties to a business transaction, or potential transaction, have an information advantage over other parties.

Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa *adverse selection* adalah jenis informasi yang diperoleh dimana satu atau lebih pihak dalam suatu transaksi bisnis, atau transaksi potensial memiliki

keunggulan informasi melalui pihak lain. *Adverse selection* terjadi karena beberapa orang seperti manajer perusahaan dan para pihak dalam (*insiders*) lainnya mengetahui kondisi terkini dan prospek ke depan suatu perusahaan daripada para investor luar.

2. *Moral Hazard*

“Moral hazard is a type of information asymmetry whereby one or more parties to a business transaction, or potential transaction, can observe their actions in fulfillment of the transaction but other parties cannot”.

Berdasarkan pernyataan di atas, *moral hazard* adalah jenis informasi dimana satu atau lebih pihak dalam suatu transaksi bisnis, atau transaksi potensial, dapat mengamati tindakan mereka dalam pemenuhan transaksi tetapi pihak lain tidak bisa. *Moral hazard* dapat terjadi karena adanya pemisahan kepemilikan dan pengendalian yang merupakan karakteristik kebanyakan perusahaan besar.

2.1.2 **Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

2.1.2.1 **Pengertian *Corporate Social Responsibility***

Corporate Social Responsibility adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memerhatikan *corporate social responsibility* perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, *social*, dan lingkungan (Untung, 2008). Timbul berbagai persepsi mengenai pengertian dari tanggung jawab sosial. Hampir seluruh akademis hingga institusi

belum memiliki kesatuan pengertian yang baku mengenai tanggung jawab sosial ini, antara lain:

“Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan atau *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholder* yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum” (Darwin, 2004 dalam Anggraini, 2006).

Pengertian lain *Corporate social responsibility* adalah tanggung jawab perusahaan kepada lingkungan, masyarakat, dan sosial sebagai dampak dari aktivitas operasional perusahaan, yang salah satu tujuannya adalah untuk menjamin keberlanjutan perusahaan itu sendiri (Ghassani, 2016).

Sedangkan menurut Arif Budimanta (2008:20), *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* yang disebut juga tanggungjawab sosial adalah :

“..komitmen perusahaan untuk membangun kualitas kehidupan yang lebih baik bersama dengan pihak yang terkait, utamanya masyarakat di sekelilingnya dan lingkungan sosial dimana perusahaan tersebut berada, yang dilakukan terpadu dengan kegiatan usahanya serta keberlanjutannya”.

Cara pandang perusahaan terhadap pelaksanaan tanggung jawab sosial dipetakan ke dalam tiga persepsi, yaitu :

- a. Unsur keterpaksaan karena untuk mematuhi peraturan dan perundangan, tekanan eksternal, dan membangun *image* positif sehingga bersifat sementara.
- b. Hanya sebagai kewajiban (*compliance*) atas dasar UU PT, KepMen BUMN, aturan SEC, dan lainnya.
- c. Sebagai bagian dari aktivitas perusahaan tanggung jawab perusahaan meliputi: *economic, legal, social responsibility* (Aziz, 2014)

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah bentuk tanggungjawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya, yang diantaranya adalah konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dengan tidak mengabaikan kemampuan dari perusahaan.

2.1.2.2 Teori yang Mendasari *Corporate Social Responsibility*

2.1.2.2.1 Teori *Stakeholder*

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa kesuksesan dan hidup matinya suatu perusahaan sangat tergantung pada kemampuan perusahaan menyeimbangkan beragam kepentingan dari *stakeholder* atau pemangku kepentingan. Jika mampu, maka perusahaan akan meraih dukungan yang berkelanjutan dan menikmati pertumbuhan pangsa pasar, penjualan, serta laba. Dalam perspektif teori *stakeholder*, masyarakat dan lingkungan merupakan *stakeholder* inti perusahaan yang harus diperhatikan (Lako, 2011).

Pendapat lain mengenai teori *stakeholder* yaitu bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* (pemegang saham, kreditur, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Tamba, 2011).

Hakikatnya *stakeholder theory* mendasarkan diri pada asumsi, antara lain :

1. *“The corporation has relationship with many constituency groups (stakeholder) that effect and are affected by its decisions.*
2. *The theory is concerred with nature of these relationship in term of both processes and outcomes for the firm and its stakeholder.*
3. *The interest of all (legitimate) stakeholder have intrinsic value, and a set of interest is assumed to dominate the others.*
4. *The theory focus on managerial decision making.”* (Hadi, 2011:94)

Stakeholder dianggap penting oleh perusahaan dan sangat berpengaruh terhadap jalannya aktivitas perusahaan karena dalam menjalankan usahanya, perusahaan tentu akan berhubungan dengan para *stakeholder* yang jumlahnya banyak sesuai dengan luas lingkup operasi perusahaan. Agar kegiatan usaha berjalan sesuai dengan harapan perusahaan, maka diperlukan adanya hubungan serta komunikasi yang baik antara perusahaan dengan para *stakeholdernya*. Hal ini sesuai dengan apa yang dinyatakan dalam teori *stakeholder*, bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholder* yang pada akhirnya akan memenuhi segala kebutuhan para *stakeholder* untuk mendapatkan dukungan seperti apa yang diharapkan perusahaan (Hadi, 2011:96).

Menurut Gray et al. (1995):

“Kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Semakin *powerful stakeholder*, maka semakin besar usaha perusahaan untuk mampu beradaptasi.”

Salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder* perusahaan adalah dengan melaksanakan maupun mengungkapkan *corporate social responsibility*. Pelaksanaan aktivitas sosial dan pengungkapan *corporate social responsibility* diharapkan agar keinginan dari *stakeholder* dapat terakomodasi, sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholdernya*. Hubungan yang harmonis akan berakibat

pada perusahaan dapat mencapai keberlanjutan (*sustainability*) atau kelestarian perusahaannya (Putra, 2011).

2.1.2.2.2 Teori Legitimasi

Teori legitimasi menyatakan bahwa organisasi harus secara terus menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa mereka (organisasi) melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat. Legitimasi dianggap sebagai asumsi bahwa tindakan yang dilakukan suatu entitas merupakan tindakan yang diinginkan, pantas, atau sesuai dengan sistem, norma, nilai, kepercayaan, dan definisi yang dikembangkan secara sosial (Rustiarini, 2011).

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan. Hal tersebut dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengontruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju. Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun non fisik (Hadi, 2011:87).

Gray et. Al, (1996) berpendapat bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat, pemerintah individu, dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada masyarakat, operasi harus kongruen dengan harapan masyarakat.

Legitimacy gap (in congruence) dapat terjadi karena beberapa faktor, seperti :

- a. Ada perubahan dalam kinerja perusahaan tetapi harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan tidak berubah.
- b. Kinerja perusahaan tidak berubah tetapi harapan masyarakat terhadap perusahaan telah berubah.
- c. Kinerja perusahaan dan harapan masyarakat berubah ke arah yang berbeda, atau ke arah yang sama tetapi waktunya berbeda (Hadi, 2011:90).

Upaya yang perlu dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mengelola legitimasi agar efektif yaitu dengan cara :

- a. Melakukan identifikasi dan komunikasi/dialog dengan publik.
- b. Melakukan komunikasi/dialog tentang masalah nilai sosial, kemasyarakatan, dan lingkungan, serta membangun persepsinya tentang perusahaan.
- c. Melakukan strategi legitimasi dan pengungkapan, terutama terkait dengan masalah *corporate social responsibility* (Hadi, 2011:92).

2.1.2.2.3 Teori Kontrak Sosial

Kontrak sosial muncul karena adanya interelasi dalam kehidupan sosial masyarakat agar terjadi keselarasan, keserasian, dan keseimbangan termasuk terhadap lingkungan. Perusahaan, yang merupakan kelompok orang yang memiliki kesamaan tujuan dan berusaha mencapai tujuan secara bersama adalah bagian dari masyarakat dalam lingkungan yang lebih besar. Keberadaannya sangat ditentukan oleh masyarakat dimana antara keduanya saling memengaruhi. Untuk

itu, agar terjadi keseimbangan (*equality*), maka perlu kontrak sosial baik secara eksplisit maupun implisit sehingga terjadi kesepakatan-kesepakatan yang saling melindungi kepentingannya (Hadi, 2011:95).

Dalam perspektif manajemen kontemporer, teori kontrak sosial menjelaskan hak kebebasan individu dan kelompok, termasuk masyarakat yang dibentuk berdasarkan kesepakatan-kesepakatan yang saling menguntungkan anggotanya. Hal ini sejalan dengan konsep *legitimacy theory* bahwa legitimasi dapat diperoleh manakala terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan yang tidak mengganggu atau sesuai (*congruence*) dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan (Hadi, 2011:97).

2.1.2.3 Prinsip Dasar *Corporate Social Responsibility*

Menurut Suharto (2009:5) secara konseptual *corporate social responsibility* merupakan kepedulian perusahaan yang didasari tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah *triple bottom line* (3P) yang terdiri dari :

- a. *Profit*, perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang.
- b. *People*, perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Beberapa perusahaan mengembangkan *corporate social responsibility* seperti pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan, dan kesehatan; penguatan kapasitas ekonomi lokal, dan sebagainya
- c. *Planet*, perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati. Beberapa program *corporate social responsibility* yang berpijak pada prinsip ini biasanya berupa penghijauan lingkungan hidup, penyedia sarana air bersih, perbaikan pemukiman, pengembangan pariwisata (*ekoturisme*).

Prinsip dasar *corporate social responsibility* yang menjadi dasar bagi pelaksanaan yang menjiwai atau menjadi informasi dalam pembuatan keputusan dan kegiatan *corporate social responsibility* menurut ISO 26000 meliputi :

- a. Akuntabilitas, membuktikan bahwa organisasi bersangkutan melakukan segala sesuatu dengan benar. Akuntabilitas yang diminta adalah terhadap seluruh pemangku kepentingan, dalam hal dampak organisasi atas masyarakat dan lingkungan, termasuk dampak yang tak sengaja atau tak diperkirakan.
- b. Transparansi. Sebuah organisasi seharusnya menyatakan dengan transparan seluruh keputusan dan aktivitasnya yang memiliki dampak atas masyarakat dan lingkungan. Karenanya, yang dituntut adalah keterbukaan yang *clear, accurate, and complete* atas seluruh kebijakan, keputusan, dan aktivitas.
- c. Perilaku etis. Sebuah organisasi harus berperilaku etis sepanjang waktu dengan menegakkan kejujuran, kesetaraan, dan integritas.
- d. Penghormatan pada kepentingan *stakeholder*. Sebuah organisasi harus menghormati dan menanggapi kepentingan seluruh *stakeholdernya*. Yang harus dilakukan adalah mengidentifikasi, menanggapi kebutuhan, mengenali hak-hak legal dan kepentingan yang sah serta mengenali kepentingan yang lebih luas terkait dengan pembangunan berkelanjutan.
- e. Kepatuhan kepada hukum. Sebuah organisasi harus menerima bahwa kepatuhan pada hukum adalah suatu kewajiban. Yang dilakukan adalah, patuh pada semua regulasi, memastikan bahwa seluruh aktivitasnya sesuai dengan kerangka hukum yang relevan, patuh pada seluruh aturan yang

dibuatnya sendiri secara adil dan imparisial, mengetahui perubahan-perubahan dalam regulasi dan secara periodik memeriksa kepatuhannya.

- f. Penghormatan pada norma perilaku internasional. Di Negara-negara yang hukum nasionalnya atau implementasinya tidak mencukupi untuk melindungi kondisi lingkungan dan sosialnya, sebuah organisasi harus berusaha untuk mengacu kepada norma perilaku internasional.
- g. Penghormatan pada HAM. Setiap organisasi harus menghormati HAM, serta mengakui betapa pentingnya HAM serta sifatnya yang universal. Yang harus dilakukan adalah manakala ditemukan situasi HAM tidak terlindungi, organisasi tersebut harus melindungi HAM, dan tidak mengambil kesempatan dari situasi itu, apabila tidak ada regulasi HAM di tingkat nasional, maka organisasi harus mengacu pada standar HAM internasional.

Sedangkan menurut Crowther David (2008) prinsip-prinsip tanggungjawab sosial dibagi menjadi tiga pilar, yaitu :

- a. *“Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam aktivitas (*action*) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya di masa depan.
- b. *Accountability*, merupakan upaya perusahaan untuk terbuka dan bertanggungjawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan, ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi oleh lingkungan eksternal.
- c. *Transparency*, merupakan satu hal yang sangat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggungjawaban dari lingkungan.”

2.1.2.4 Konsep *Corporate Social Responsibility*

Konsep yang diakomodasi dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas (UU PT) pasal 74 No 40 tahun 2007 yang berbunyi sebagai berikut:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
2. Melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya diperhitungkan dengan memperhatikan keputusan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

2.1.2.5 Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Menerapkan CSR dalam suatu perusahaan memang membutuhkan biaya, waktu, tenaga serta memerlukan perhatian khusus tersendiri yang tidak murah dan mudah. Namun dibalik itu semua terdapat banyak keuntungan yang didapatkan perusahaan nantinya. Bahkan keuntungan yang didapat memberikan efek jangka panjang untuk keberlangsungan perusahaan. Berikut adalah beberapa manfaat bagi perusahaan yang menerapkan CSR menurut Wibisono (2007:84-87) :

1. “Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan *brand image* perusahaan. Perbuatan destruktif pasti akan menurunkan reputasi perusahaan. Begitu pula sebaliknya, kontribusi positif pasti juga akan mendongkrak reputasi dan *image* perusahaan. Apalagi dimasa sekarang dimana masyarakat sangat memperhatikan kepedulian lingkungan, ekonomi dan sosial. Bila perusahaan

- memberikan kontribusi positif maka masyarakat akan cenderung mendukung dengan menggunakan produk perusahaan.
2. Layak mendapatkan *social licence to operate*.
Masyarakat sekitar perusahaan merupakan komunitas utama perusahaan. Ketika mereka mendapat keuntungan dari keberadaan perusahaan, maka pasti dengan sendirinya mereka merasa ikut memiliki perusahaan sehingga imbalan yang didapat oleh perusahaan adalah keleluasaan perusahaan untuk menjalankan bisnisnya di wilayah tersebut.
 3. Mereduksi resiko bisnis perusahaan.
Mengelola risiko ditengah kompleksnya permasalahan perusahaan merupakan hal yang esensial untuk suksesnya usaha. Perusahaan harus menyadari bahwa kegagalan dalam memenuhi ekspektasi *stakeholders* pasti akan menimbulkan dampak negatif bagi perusahaan sehingga sangat penting untuk memenuhi harapan mereka.
 4. Melebarkan akses sumber daya *track record* yang baik dalam pengelolaan CSR merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu untuk memuluskan jalan menuju sumber daya yang diperlukan.
 5. Membentangkan akses menuju market.
Investasi yang ditanamkan perusahaan untuk program CSR ini dapat menjadi tiket bagi perusahaan untuk menuju peluang pasar yang terbuka lebar. Termasuk didalamnya mendapatkan loyalitas konsumen dalam persaingan pasar.
 6. Mereduksi biaya Pelaksanaan CSR yang berguna bagi perusahaan sebagai contoh sederhananya adalah dengan mendaur ulang limbah produksi dan berbagai hal lain yang dapat dilakukan perusahaan dan menghasilkan pengurangan biaya yang berguna bagi perusahaan.
 7. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholder*.
Implementasi program CSR tentunya menambah frekuensi komunikasi dengan *stakeholders*. Hal tersebut dapat memberikan kepercayaan kepada perusahaan. · Memperbaiki hubungan dengan regulator. Perusahaan yang melaksanakan CSR umumnya meringankan beban pemerintah sebagai regulator yang sebenarnya memiliki tanggungjawab atas kesejahteraan lingkungan dan masyarakat.
 8. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
Terdapat kebanggaan sendiri bagi karyawan yang bekerja dalam perusahaan yang melaksanakan CSR, karena mereka merasa turut memberikan kontribusi bagi lingkungan dan masyarakat. Oleh karena itu karyawan menjadi bersemangat dalam bekerja.
 9. Peluang mendapatkan penghargaan.
Banyak peluang yang dapat diperoleh pelaku CSR dalam mendapatkan penghargaan.”

Mursitama et. al. (2011:27-29) membagikan manfaat *corporate social responsibility* kedalam dua kategori, yaitu manfaat internal dan manfaat eksternal.

Manfaat internal dari *corporate social responsibility* yaitu :

- a. “Pengembangan aktivitas yang berkaitan dengan sumber daya manusia.
- b. Peningkatan performa lingkungan perusahaan.
- c. Menciptakan budaya perusahaan, yaitu integrasi antar fungsi di dalam perusahaan diharapkan dapat terjadi, munculnya efek dari membaiknya reputasi perusahaan.
- d. Kinerja keuangan. Dengan dilakukannya *corporate social responsibility*, kinerja keuangan perusahaan, terutama harga saham bagi perusahaan yang telah *go public*, menjadi lebih baik. Tanggung jawab sosial perusahaan kepada lingkungan memberikan dampak terhadap peningkatan harga saham korporasi.

Manfaat eksternal *corporate social responsibility* yaitu :

- a. Penerapan *corporate social responsibility* akan meningkatkan reputasi perusahaan sebagai badan yang mengemban dengan baik pertanggungjawaban secara sosial. Hal ini menyangkut pemberian pelayanan yang lebih baik kepada aktor-aktor eksternal atau para pemangku kepentingan eksternal.
- b. *Corporate social responsibility* merupakan satu bentuk diferensiasi produk yang baik. Artinya, sebuah produk yang memenuhi persyaratan-persyaratan ramah lingkungan dan merupakan hasil dari perusahaan yang bertanggungjawab secara sosial. Untuk itu, diperlukan kesesuaian berbagai aktivitas sosial dengan karakteristik perusahaan yang juga khas.
- c. Melaksanakan *corporate social responsibility* dan membuka kegiatan *corporate social responsibility* secara publik merupakan instrumen untuk komunikasi yang baik dengan masyarakat. Hal tersebut akan membantu menciptakan reputasi dan *image* perusahaan yang lebih baik.
- d. Kontribusi *corporate social responsibility* terhadap kinerja perusahaan pun dapat terwujud dalam bentuk positif yang timbul dari berbagai *rewards* atas tingkah laku positif dari perusahaan, kontribusi ini sering disebut sebagai kesempatan dan kemampuan perusahaan untuk munculnya konsekuensi dari tindakan yang buruk atau dikenal sebagai *safety nets* bagi perusahaan (Mursitama et. al, 2011:30-31).”

2.1.2.6 Pengertian Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan *corporate social responsibility* adalah sebuah bentuk pengkomunikasian CSR yang sudah dilakukan oleh sebuah perusahaan mengenai

dampak sosial yang terjadi akibat kegiatan ekonomi perusahaan. Pengungkapan sosial dan lingkungan merupakan proses yang digunakan oleh perusahaan untuk mengungkapkan informasi berkaitan dengan kegiatan perusahaan juga pengaruhnya terhadap kondisi sosial dan lingkungan (Ghozali dan Chairi, 2007). Oleh karena itu pengungkapan CSR memiliki peran yang penting bagi perusahaan karena perusahaan hidup di lingkungan masyarakat.

Pengungkapan *corporate social responsibility* merupakan bagian dari akuntansi pertanggungjawaban sosial kepada *stakeholder*. Perusahaan yang telah melaksanakan praktik *corporate social responsibility* dapat mengungkapkan pelaksanaan *corporate social responsibility* tersebut baik terintegrasi langsung dalam laporan tahunan maupun laporan terpisah yang sering disebut dengan *sustainability report* (Annisa dan Nazar, 2015).

Menurut Rahmawati, (2012 : 183) :

“Pengungkapan tanggungjawab 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.”

Di Indonesia pengungkapan *corporate social responsibility* diatur dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 pada pasal 66 ayat (2) yang menyebutkan bahwa semua perseroan wajib untuk melaporkan pelaksanaan tanggung jawab tersebut di laporan tahunan. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk menerapkan *corporate social responsibility* dalam program kerjanya dan mengungkapkan *corporate social responsibility* pada laporan tahunan perusahaan. Dengan mengungkapkan *corporate social responsibility* perusahaan memang

tidak akan mendapatkan *profit* atau keuntungan secara langsung, yang diharapkan dari kegiatan ini adalah *benefit* berupa citra perusahaan.

Pengungkapan *corporate social responsibility* dalam laporan tahunan dan atau *sustainability report* merupakan laporan aktivitas tanggungjawab sosial yang telah dilakukan perusahaan baik berkaitan dengan perhatian masalah dampak sosial maupun lingkungan. Laporan tersebut menjadi bagian yang tak terpisahkan dengan laporan tahunan yang dipertanggungjawabkan direksi di depan sidang Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Laporan ini berisi laporan program-program sosial dan lingkungan perseroan yang telah dilaksanakan selama tahun buku terakhir (Hadi, 2011:206).

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* adalah suatu bentuk pelaporan atau penyampaian informasi kepada pemangku kepentingan mengenai segala aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosialnya.

2.1.2.7 Faktor Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Deegan (2001) dalam Ujang Rusdianto (2013:44) menjelaskan ada banyak hal yang membuat perusahaan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* yaitu :

1. “Keinginan untuk mematuhi persyaratan yang terdapat dalam undang – undang.
2. Pertimbangan rasionalitas ekonomi.
3. Keyakinan dalam proses.
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 memenuhi persyaratan industri tertentu.
9. Untuk mendapatkan penghargaan pelaporan tertentu.”

2.1.2.8 Indikator Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Standar pengungkapan *corporate social responsibility* yang berkembang di Indonesia merujuk pada standar yang diterapkan GRI (*Global Reporting Initiative*). Standar GRI dipilih karena memfokuskan pada standar pengungkapan sebagai kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas dan pemanfaatan *sustainability report* (www.globalreporting.org).

Global Reporting Initiative (GRI), yang merupakan panduan perusahaan untuk mendukung pembangunan berkelanjutan yang digagas oleh PBB lewat *Coalition for Environmental Economics* (CERES) dan (UNEP) pada tahun 1997. GRI merupakan organisasi *non-profit* yang mempromosikan keberlanjutan sosial, ekonomi, dan lingkungan. GRI menyediakan kerangka pelaporan berkelanjutan yang komprehensif bagi semua perusahaan dan organisasi yang banyak digunakan di seluruh dunia. Pedoman pengungkapan GRI terdiri dari G3, G3.1, dan G4. G3 merupakan versi awal dari pedoman GRI yang terdiri dari 79 indikator. G3.1 merupakan versi pengembangan dari G3 yang di dalamnya 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)

Standar GRI G4 yang diluncurkan pada Mei 2013 telah banyak digunakan oleh perusahaan di Indonesia. GRI G4 menyediakan kerangka kerja yang relevan secara global untuk mendukung pendekatan yang terstandarisasi dalam pelaporan yang mendorong tingkat transparansi dan konsistensi yang diperlukan untuk membuat informasi yang disampaikan menjadi berguna dan dapat dipercaya oleh pasar dan masyarakat. Fitur yang ada di GRI-G4 menjadikan pedoman ini lebih mudah digunakan baik bagi pelapor yang berpengalaman dan bagi mereka yang baru dalam pelaporan keberlanjutan sektor apapun dan didukung oleh bahan-bahan dan layanan GRI lainnya (www.globalreporting.org).

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*. Dalam standar GRI G4, indikator kinerja dibagi menjadi tiga komponen utama, yaitu ekonomi, lingkungan hidup, dan sosial. Kategori sosial mencakup hak asasi manusia, praktek ketenagakerjaan dan kelayakan kerja, tanggungjawab produk dan masyarakat. Total indikator yang terdapat dalam GRI G4 mencapai 91 item (www.globalreporting.org).

Berikut adalah item-item yang merupakan bagian dari indikator pengungkapan *corporate social responsibility* :

Tabel 2.1

Indikator Pengungkapan CSR Berdasarkan GRI G4

KATEGORI EKONOMI		
Kinerja Ekonomi	EC1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan
	EC2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang
	EC3	Cakupan kewajiban organisasi atas program
	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 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
Praktik 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 di luar organisasi
	EN5	Intensitas energy
	EN6	Pengurangan konsumsi energy
Air	EN7	Konsumsi energi diluar organisasi
	EN8	Total pengambilan air berdasarkan sumber
	EN9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
	EN10	Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali

Keanekaragaman Hayati	EN11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola didalam, atau berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung
	EN12	Uraian dampak signifikan dari 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 <i>red list</i> dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhioperasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan
Emisi	EN15	Emisi GRK langsung (cakupan 1)
	EN16	Emisi GRK energi tidak langsung (cakupan 2)
	EN17	Emisi GRK tidak langsung lainnya (cakupan 3)
	EN18	Intensitas emisi GRK
	EN19	Pengurangan emisi GRK
	EN20	Emisi bahan perusak ozon (BPO)
	EN21	Nitrogen oksida (NOX), sulfur oksida (SOX), dan emisi udara yang signifikan lainnya
Efluen Dan Limbah	EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
	EN23	Bobot tolal limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
	EN24	Jumlah dan volume total tambahan signifikan
	EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi basel 2 lampiran I, II, III dan VIII yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
	EN26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai

		kenaekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkait dampak dari pembuangan dan air limpasan organisasi
Produk dan Jasa	EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap lingkungan produk dan jasa
	EN28	Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasikan 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 negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan 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 Kelayakan Kerja		
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 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	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 bekerja, 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	Persentase karyawan yang menerima review kinerja dan pengembangan karier secara regular, 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
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	LA14	Persentase penapisan pemasok baru

Terkait Praktik Ketenagakerjaan		menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan
	LA15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pemasok 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 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 diidentifikasi 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 diidentifikasi berisiko tinggi melakukan kerja 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 Manusia	HR10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria 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 pengaduan formal
KATEGORI SOSIAL		
Sub Kategori : Masyarakat		
Masyarakat Lokal	SO1	Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, dampak, dan pengembangan
	SO2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal
Anti Korupsi	SO3	Jumlah total 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 manfaat
Anti Persaingan	SO7	Jumlah total tindakan hukum terkait anti persaingan, anti- <i>trust</i> , 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 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, 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 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 yang signifikan harus mengikuti informasi sejenis
	PR4	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait 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, 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)

2.1.2.9 Pengukuran *Corporate Social Responsibility*

Penilaian yang dilakukan dalam mengukur luas pengungkapan *corporate social responsibility* dengan pemberian skor 0 dan 1. Dimana nilai 0 untuk item yang tidak diungkapkan dan nilai 1 untuk item yang diungkapkan oleh perusahaan (Ho dan Taylor, 2007). Rumus perhitungannya sebagai berikut :

$$CSR D_j = \frac{X_{ij}}{n_j}$$

Dimana : $CSR D_j$ = Corporate social responsibility disclosure perusahaan j
 n_j = Jumlah indikator GRI (91 item)
 X_{ij} = Skor variable 1= jika item i diungkapkan; 0= jika item i tidak diungkapkan

2.1.3 *Capital Intensity*

2.1.3.1 Pengertian Modal (*Capital*)

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 Kasmir (2010:311), modal adalah: "... hak yang dimiliki perusahaan, komponen modal yang terdiri dari: modal, setor, agio saham, laba ditahan, cadangan laba, dan lainnya".

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".

Sedangkan menurut Susan Irawati (2006:7) modal adalah "... kumpulan barang-barang, yaitu semua barang yang ada dalam rumah tangga perusahaan dalam fungsi produktifnya untuk membentuk pendapatan".

Dari beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa modal adalah dana yang digunakan perusahaan dalam pengadaan aktiva dan operasinya untuk menghasilkan pendapatan.

2.1.3.2 Sumber Modal

Untuk memenuhi kebutuhan modal suatu perusahaan dalam membiayai kegiatan operasionalnya dapat diperoleh dengan mencari sumber pembiayaan atau sumber pendanaan. Menurut Riyanto (2001:209) modal dapat dilihat dari asalnya, sumber modal terdiri:

1. "Sumber Intern (*Internal Sources*), adalah modal yang dihasilkan dari dalam perusahaan. Sumber intern dapat berasal dari laba ditahan dan akumulasi penyusutan. Besarnya laba yang dimasukkan ke dalam cadangan atau ditahan, tergantung besarnya laba yang diperoleh selama periode tertentu dan tergantung kepada kebijakan dividen perusahaan tersebut. Sedangkan akumulasi penyusutan dapat dibentuk dari penyusutan, tiap tahunnya, tergantung metode penyusutan yang dipakai oleh perusahaan tersebut.
2. Sumber Ekstern (*External Sources*), adalah sumber yang berasal dari luar perusahaan atau dana yang diperoleh dari para kreditur atau pemegang saham yang merupakan bagian dalam perusahaan."

2.1.3.3 Jenis-Jenis Modal

Menurut Bambang Riyanto (2010 : 227) jenis-jenis modal terdiri dari:

1. “Modal Asing / Hutang
 Modal asing adalah modal yang berasal dari luar perusahaan yang sifatnya sementara di dalam perusahaan. Bagi perusahaan yang bersangkutan modal tersebut merupakan hutang yang harus dibayar kembali pada saatnya. Modal asing sering dibagi dalam 3 (tiga) golongan, yaitu:
 - a. Modal Asing/ Hutang Jangka Pendek (*Short-term debt*), yaitu yang jangka waktunya pendek, kurang dari 1 (satu) tahun.
 - b. Modal Asing/ Hutang Jangka Menengah (*Intermediate-term debt*), yaitu yang jangka waktunya antara 1 sampai 10 tahun.
 - c. Modal Asing/ Hutang Jangka Panjang (*Long-term debt*), yaitu yang jangka waktunya lebih dari 10 tahun.
2. Modal Sendiri
 Modal sendiri adalah modal yang berasal dari pemilik perusahaan dan yang tertanam dalam perusahaan untuk waktu tertentu. Modal sendiri yang berasal dari sumber intern ialah dalam bentuk keuntungan yang dihasilkan perusahaan, sedangkan yang berasal dari sumber ekstern ialah modal yang berasal dari pemilik perusahaan.”

2.1.3.4 Pengertian *Capital Intensity*

Intensitas modal didefinisikan sebagai rasio antara aset tetap seperti peralatan, mesin dan berbagai properti terhadap total aset. Rasio ini menggambarkan seberapa besar aset perusahaan yang diinvestasikan dalam bentuk aset tetap (Noor et al., 2010:190). Selaras dengan pernyataan Hanum dan Zulaikha (2013), intensitas modal diukur dengan melihat seberapa besar aset tetap yang digunakan oleh perusahaan dibandingkan dengan jumlah aset yang dimiliki oleh perusahaan.

Menurut Fitri Pilonoria (2016:44), intensitas modal merupakan salah satu bentuk keputusan keuangan. Keputusan tersebut ditetapkan oleh manajemen perusahaan untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan. Intensitas modal mencerminkan seberapa besar modal yang dibutuhkan perusahaan untuk

menghasilkan pendapatan. Sumber dana atau kenaikan modal dapat diperoleh dari penurunan aktiva tetap (dijual) atau peningkatan jumlah aktiva tetap (pembelian).

Menurut Syamsudin (2000), rasio intensitas modal ini menunjukkan tingkat efisiensi penggunaan seluruh aktiva perusahaan di dalam menghasilkan volume penjualan tertentu. Semakin tinggi rasio intensitas modal berarti semakin efisien penggunaan keseluruhan aktiva di dalam menghasilkan penjualan.

Menurut Winarno (2015) intensitas modal merupakan rasio antara penjualan dan 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.

Dari definisi-definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *capital intensity* atau intensitas modal adalah rasio antara aktiva tetap terhadap total aktiva. Rasio intensitas modal digunakan untuk melihat seberapa besar aset perusahaan diinvestasikan dalam bentuk aktiva tetap untuk menghasilkan pendapatan.

2.1.3.5 Pengukuran *Capital Intensity*

Menurut Siregar dan Widyawati (2016:7), intensitas aset tetap adalah jumlah aset tetap yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan total aset

perusahaan. *Capital intensity* menjelaskan seberapa besar perusahaan melakukan investasi pada aset. *Capital Intensity* dapat diukur menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\textit{Capital Intensity} = \frac{\textit{Total Aset Tetap}}{\textit{Total Aset}}$$

2.1.3.5.1 Pengertian Aset

Dalam PSAK No. 16 Revisi Tahun 2011 disebutkan bahwa aset merupakan semua kekayaan yang dimiliki oleh seseorang atau perusahaan baik berwujud maupun tak berwujud yang berharda atau bernilai yang akan mendatangkan manfaat bagi seseorang atau perusahaan tersebut. Manfaat ekonomi masa depan yang terwujud dalam aset adalah potensi dari aset tersebut untuk memberikan sumbangan, baik langsung maupun tidak langsung, arus kas dan setara kas kepada perusahaan.

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2012:19), aset adalah sumber daya yang dikendalikan oleh perusahaan sebagai akibat dari peristiwa masa lalu dan dari mana manfaat ekonomi masa depan diharapkan akan diperoleh perusahaan.

Sedangkan Kieso dan Weygant (2008:40) menjelaskan aktiva adalah manfaat ekonomi yang mungkin terjadi di masa depan, yang diperoleh atau dikendalikan oleh sebuah entitas sebagai hasil dari transaksi-transaksi atau kewajiban-kewajiban masa lalu.

Aktiva (*assets*) merupakan salah satu elemen pada neraca dalam perusahaan. Pengertian aktiva menurut Al Haryono Jusup (2012:28) adalah : “...

sumber-sumber ekonomi yang dimiliki perusahaan yang biasa dinyatakan dalam satuan uang”.

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.”

Selanjutnya pengertian aktiva menurut Slamet Sugiri (2009:137) menyatakan bahwa aktiva atau aset 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 pengertian tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa aset adalah kekayaan dan sumber daya yang dimiliki perusahaan untuk melakukan usaha yang digunakan untuk lebih dari satu periode.

2.1.3.5.2 Jenis-Jenis Aset

Secara umum jenis-jenis aset pada neraca dikelompokkan menjadi aset lancar (*current assets*) dan aset tidak lancar (*noncurrent assets*) (Kieso, 2011).

Adapun penjelasan dari jenis-jenis aset adalah sebagai berikut:

1. Aset lancar (*current assets*)

Merupakan aset yang berupa kas dan aset lainnya yang dapat diharapkan akan dapat dikonversi menjadi kas, atau dikonsumsi dalam satu tahun atau dalam satu siklus operasi, tergantung mana yang paling lama. Aset yang termasuk

aset lancar seperti kas, persediaan, investasi jangka pendek, piutang, beban dibayar dimuka, dan lain sebagainya.

2. Aset tidak lancar (*noncurrent assets*)

Merupakan aset yang tidak mudah untuk dikonversi menjadi kas atau tidak diharapkan untuk dapat menjadi kas dalam jangka waktu satu tahun atau satu siklus produksi. Aset yang termasuk aset tidak lancar adalah :

- a. Investasi jangka panjang (*long-term investment*)
- b. Aset tetap (*property, plant, and equipment*)
- c. Aset tidak berwujud (*intangible assets*)
- d. Aset lain-lain (*other assets*)

2.1.3.5.3 Pengertian Aset Tetap

Menurut Kieso (2011:510) pengertian aset tetap atau yang disebut *property, plant, and equipment* adalah aset berwujud yang dimiliki perusahaan yang digunakan untuk memproduksi atau menyuplai barang atau jasa, yang digunakan untuk disewakan kepada orang lain, atau tujuan administrasi, dan diharapkan dapat digunakan lebih dari satu periode.

Menurut Rudianto (2012:256), aktiva tetap adalah barang berwujud milik perusahaan yang sifatnya relatif permanen dan digunakan dalam kegiatan normal perusahaan, bukan untuk diperjualbelikan.

Pengertian aktiva tetap menurut Carl S. Warren, James M. Reeve dan Philip E. Fees (2009:492) sebagai berikut:

“Aktiva tetap (*fixed assets*) merupakan aktiva jangka panjang atau aktiva yang relatif permanen. Mereka merupakan aktiva berwujud

(*tangible assets*) karena terlihat secara fisik. Aktiva tersebut dimiliki dan digunakan oleh perusahaan serta tidak dimaksudkan untuk dijual sebagai bagian dari operasi normal.”

Menurut Kieso dan Weygant (2008:566), mendefinisikan bahwa aktiva tetap adalah sumber daya yang memiliki tiga karakteristik yaitu memiliki bentuk fisik (bentuk ukuran yang jelas), digunakan dalam kegiatan operasional, dan tidak untuk dijual ke konsumen.

Menurut Ikatan Akuntansi Indonesia (2012:16) pengertian aset tetap adalah:

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

Dari beberapa pengertian diatas, 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.

2.1.3.5.3 Kriteria Aset Tetap

Menurut Samryn (2012:256) agar dapat dikelompokkan sebagai aktiva tetap, suatu aktiva harus memiliki kriteria tertentu, yaitu:

1. “Berwujud Ini berarti aktiva tersebut berupa barang yang memiliki wujud fisik.
2. Umurnya lebih dari satu tahun Aktiva ini harus dapat digunakan dalam operasi lebih dari satu tahun atau satu periode akuntansi.
3. Digunakan dalam operasi perusahaan Barang tersebut harus dapat digunakan dalam operasi normal perusahaan, yaitu dipakai untuk menghasilkan pendapatan bagi perusahaan.
4. Tidak diperjualbelikan Suatu aktiva berwujud yang dimiliki perusahaan dan umurnya lebih satu tahun tetapi dibeli perusahaan dengan maksud untuk

dijual kembali, tidak dapat dikategorikan sebagai aktiva tetap dan harus dimasukkan ke dalam kelompok persediaan.

5. Material Barang milik perusahaan yang berumur lebih dari satu tahun dan digunakan dalam operasi perusahaan tetapi nilai atau harga per unitnya atau harga totalnya relatif tidak terlalu besar dibandingkan dengan total aktiva perusahaan, tidak perlu dimasukkan sebagai aktiva tetap. Setiap perusahaan dapat menentukan kebijakannya sendiri mengenai kriteria materialitas tersebut.
6. Dimiliki perusahaan Aktiva berwujud yang bernilai tinggi yang digunakan dalam operasi dan berumur lebih dari satu tahun, tetapi disewa perusahaan dari pihak lain, tidak boleh dikelompokkan sebagai aktiva tetap.'

2.1.3.5.5 Pengelompokan Aset Tetap

Menurut Rudianto (2012:257) dari berbagai jenis aset tetap yang dimiliki perusahaan, untuk tujuan akuntansi dapat dikelompokkan ke dalam kelompok:

- a. "Aset tetap yang umurnya tidak terbatas, seperti tanah tempat kantor atau bangunan pabrik berdiri, lahan pertanian, lahan perkebunan, dan lahan peternakan. Aset tetap tetap jenis ini adalah aset tetap yang dapat digunakan secara terus menerus selama perusahaan menghendaknya tanpa harus memperbaiki atau menggantinya.
- b. Aset tetap yang umurnya terbatas dan apabila sudah habis masa manfaatnya bisa diganti dengan aset lain yang sejenis, seperti bangunan, mesin, kendaraan, komputer, mebel, dan sebagainya. Aset tetap kelompok kedua adalah jenis aset tetap yang memiliki umur ekonomis maupun umur teknis yang terbatas. Karena itu, jika secara ekonomis sudah tidak menguntungkan (beban yang dikeluarkan lebih besar dari manfaatnya), maka aset seperti ini harus diganti dengan aset lain.
- c. Aset tetap yang umurnya terbatas dan apabila sudah habis masa manfaatnya tidak dapat diganti dengan yang sejenis, seperti tanah pertambangan dan hutan. Kelompok aset tetap yang ketiga merupakan aset tetap sekali pakai dan tidak dapat diperbarui karena kandungan atau isi dari aset itulah yang dibutuhkan, bukan wadah luarnya."

2.1.3.5.6 Penilaian Aset Tetap

Aset tetap yang dimiliki perusahaan biasanya memiliki nilai yang cukup material dibandingkan dengan total aset yang dimiliki perusahaan tersebut.

Karena itu, metode penilaian dan penyajian aset tetap sebuah perusahaan akan berpengaruh terhadap laporan keuangan perusahaan bersangkutan.

Menurut Rudianto (2012:257) berkaitan dengan penilaian dan penyajian aset tetap, IFRS mengizinkan salah satu dari dua metode yang dapat digunakan, yaitu:

1. “Berbasis harga perolehan (Biaya)
Ini adalah metode penilaian aset yang didasarkan pada jumlah pengorbanan ekonomis yang dilakukan perusahaan untuk memperoleh aset tetap tertentu sampai aset tetap tersebut siap digunakan. Itu berarti nilai aset yang disajikan dalam Laporan Keuangan adalah jumlah rupiah historis pada saat memperoleh aset tetap tersebut dikurangi dengan akumulasi penyusutannya (jika ada).
2. Berbasis Revaluasi (Nilai Pasar)
Ini adalah metode penilaian aset yang didasarkan pada harga pasar ketika laporan keuangan disajikan. Penggunaan metode ini akan memberikan gambaran yang lebih akurat tentang nilai aset yang dimiliki perusahaan pada suatu waktu tertentu. Karena nilai suatu aset tetap tertentu sering kali sudah tidak relevan lagi dengan kondisi ketika laporan keuangan disajikan oleh perusahaan.”

2.1.3.5.7 Pengungkapan Aset Tetap pada Laporan Keuangan

Aset tetap mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap posisi laporan keuangan. Pada banyak perusahaan, investasi dalam bentuk aset tetap merupakan bagian terbesar dari investasi yang digunakan juga akan berdampak signifikan terhadap posisi keuangan dan hasil operasi perusahaan.

Dalam laporan keuangan aset tetap dirinci menurut jenisnya seperti: tanah, bangunan, alat-alat berat, mesin dan peralatan, kendaraan dan inventaris kantor. Akumulasi penyusutan disajikan sebagai pengurang terhadap aset tetap, baik secara sendiri-sendiri menurut jenisnya atau secara keseluruhan. Metode penyusutan yang ditetapkan perusahaan dan taksiran masa manfaat perlu dijelaskan dalam laporan keuangan.

Menurut Dwi Martani (2012:290) Laporan Keuangan mengungkapkan untuk setiap kelompok aset tetap, antara lain:

- a. “Dasar pengukuran yang digunakan dalam menentukan jumlah tercatat bruto
- b. Metode penyusutan yang digunakan.
- c. Umur manfaat atau tarif penyusutan yang digunakan.
- d. Jumlah tercatat bruto dan diakumulasi penyusutan (dijumlahkan dengan akumulasi rugi penurunan nilai) pada awal dan akhir periode
- e. Rekonsiliasi jumlah tercatat pada awal dan akhir periode.”

2.1.4 Koneksi Politik

2.1.4.1 Pengertian Koneksi

Koneksi berasal dari kata *connection* dalam bahasa Inggris yang diartikan hubungan. Koneksi secara umum adalah suatu hubungan atau keterkaitan. Koneksi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah hubungan yang dapat memudahkan (melancarkan) segala urusan (kegiatan).

Menurut Tams Jayakusuma (2001:25) dalam Sidauruk (2010), koneksi adalah suatu kegiatan tertentu yang membawa akibat kepada kegiatan yang lain. Selain itu arti kata koneksi dapat juga dikatakan sebagai proses, cara atau arahan yang menentukan atau menggambarkan suatu obyek tertentu yang membawa dampak atau pengaruh terhadap obyek lainnya.

Koneksi merupakan satu hal yang dilakukan oleh seseorang guna mendapatkan sesuatu yang diinginkan oleh orang tersebut sebagai kata lain alat pembantu untuk meluruskan suatu proses tanpa hambatan.

Dari pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa koneksi merupakan hubungan yang dapat membantu memudahkan segala kegiatan, agar seluruh kegiatan dapat berjalan tanpa hambatan.

2.1.4.2 Pengertian Politik

Secara etimologis politik berasal dari bahasa Yunani yaitu “Polis” yang artinya sama dengan kota atau negara kota. Diambil dari kata polis tersebut timbul istilah lain yaitu polite yang berarti warga negara dan Politicos yang berarti kewarganegaraan, dan selanjutnya orang-orang Romawi mengambil istilah tersebut serta menamakan pengetahuan tentang negara sebagai kemahiran tentang masalah-masalah kenegaraan.

Politik menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah pengetahuan mengenai ketatanegaraan atau kenegaraan (seperti tata sistem pemerintahan, dasar pemerintahan). Berikut pengertian politik menurut beberapa ahli yaitu:

Menurut Ramlan Surbakti (1999:1) bahwa definisi politik adalah “... interaksi antara pemerintah dan masyarakat dalam rangka proses pembuatan dan pelaksanaan keputusan yang mengikat tentang kebaikan bersama masyarakat yang tinggal dalam suatu wilayah tertentu.”

Menurut F. Isjwara, (1995:42) politik adalah “... suatu perjuangan untuk memperoleh kekuasaan atau sebagai teknik menjalankan kekuasaan.”

Menurut Kartini Kartono (1986:64) bahwa politik dapat diartikan “... sebagai aktivitas perilaku atau proses yang menggunakan kekuasaan untuk menegakkan peraturan-peraturan dan keputusan-keputusan yang berlaku di tengah masyarakat.

Dari definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa politik adalah ilmu dan aktivitas yang melibatkan pemerintah dan masyarakat berkaitan dengan keputusan untuk kepentingan bersama suatu negara.

2.1.4.3 Pengertian Koneksi Politik

Faccio (2006:369) menjelaskan bahwa perusahaan dianggap memiliki koneksi secara politik jika setidaknya salah satu pemegang saham yang besar (seseorang yang mengendalikan setidaknya 10% dari total saham dengan hak suara) atau salah satu pimpinan perusahaan (CEO, presiden, wakil presiden, ketua atau sekretaris) adalah anggota parlemen, menteri, atau orang yang berkaitan erat dengan politikus atas atau partai politik. Menurut Adhikari *et al.*, (2006:538) koneksi politik juga dapat dilihat dari ada atau tidaknya kepemilikan langsung oleh pemerintah pada perusahaan.

Leuz dan Gee (2006) menyatakan dalam menyusun strategi bersaing perusahaan harus mampu mencari dan memanfaatkan peluang dalam lingkungan bisnis, salah satunya melalui koneksi politik. Faccio (2006) menyatakan dorongan perusahaan untuk memiliki koneksi politik telah mendapatkan perhatian khusus dari para pengamat ekonomi karena adanya indikasi perlakuan istimewa dari pemerintah, terlebih lagi bagi perusahaan yang dimiliki langsung oleh pejabat atau orang yang memegang posisi penting di dalam pemerintahan.

Perusahaan dengan koneksi politik mampu melakukan *tax planning* yang lebih agresif karena adanya perlindungan dari pemerintah yang berdampak pada menurunnya transparansi laporan keuangan. Kualitas laba dalam laporan

keuangan oleh perusahaan dengan koneksi politik secara signifikan lebih buruk dibandingkan perusahaan sejenis yang tidak memiliki koneksi politik. Keburaman laporan keuangan membawa dampak negatif bagi perusahaan seperti kebutuhan modal yang tinggi karena kurangnya investor atau risiko terjadinya pemeriksaan. Namun perusahaan dengan koneksi politik tampak tidak peduli dengan konsekuensi yang terjadi, salah satunya karena hubungan politik yang dimiliki mampu mengurangi atau bahkan menghilangkan konsekuensi negatif yang ada (Chaney et al.,2007 ; Kim dan Zhang, 2013)

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa koneksi politik adalah hubungan yang dapat membantu memudahkan aktivitas pemerintahan dalam membuat keputusan untuk kepentingan masyarakat bersama suatu negara. Perusahaan yang memiliki koneksi politik berarti perusahaan yang memiliki hubungan pemerintahan atau politisi, sehingga memudahkan perusahaan tersebut dalam kegiatan dan urusan yang berkaitan dengan kenegaraan.

2.1.4.4 Manfaat Koneksi Politik

Faccio (2010) menemukan bahwa perusahaan yang memiliki koneksi politik memiliki tiga sumber potensi manfaat yaitu:

1. akses istimewa ke kredit,
2. diskon pajak,
3. kekuatan pasar.

2.1.4.5 Pengukuran Koneksi Politik

Dalam penelitian ini, koneksi politik diproksikan dengan kepemilikan saham pemerintah pada perusahaan yang diteliti yaitu Perusahaan BUMN yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015 – 2018. Kepemilikan saham pemerintah adalah situasi di mana pemerintah memiliki saham perusahaan. Besarnya saham pemerintah diukur dari rasio dari jumlah kepemilikan saham pemerintah terhadap total saham beredar di perusahaan (Cornett, 2009).

$$\text{Kepemilikan Saham Pemerintah} = \frac{\text{Jumlah Saham Pemerintah}}{\text{Total Saham Beredar}} \times 100\%$$

2.1.4.5.1 Pengertian Saham

Menurut Darmadji dan Fakhrudin (2012:5) :

“Saham merupakan tanda penyertaan atau pemilikan seseorang atau badan dalam suatu perusahaan atau perseroan terbatas. Saham berwujud selembarnya kertas yang menerangkan bahwa pemilik kertas tersebut adalah pemilik perusahaan yang menerbitkan surat berharga tersebut”.

Menurut Sri Hermuningsih (2012:78) saham merupakan salah satu surat berharga yang diperdagangkan dipasar modal yang bersifat kepemilikan. Saham juga adalah merupakan tanda penyertaan modal seseorang atau badan usaha dalam suatu perusahaan atau perseroan terbatas.

Selanjutnya, menurut Fahmi (2012:81) saham merupakan : “...kertas yang tercantum dengan jelas nilai nominal, nama perusahaan, dan diikuti dengan hak dan kewajiban yang telah dijelaskan kepada setiap pemegangnya.”

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa saham merupakan surat bukti tanda kepemilikan suatu perusahaan yang didalamnya tercantum nilai nominal, nama perusahaan, dan diikuti dengan hak dan kewajiban yang dijelaskan kepada setiap pemegangnya.

2.1.4.5.2 Jenis - Jenis Saham

Menurut Darmadji dan Fakhruddin (2012), ada beberapa jenis saham yaitu:

1. “Ditinjau dari segi kemampuan dalam hak tagih atau klaim, maka saham terbagi atas:
 - a. Saham biasa (*common stock*), yaitu merupakan saham yang menempatkan pemiliknya paling junior terhadap pembagian dividen dan hak atas harta kekayaan perusahaan apabila perusahaan tersebut dilikuidasi.
 - b. Saham preferen (*preferred stock*), merupakan saham yang memiliki karakteristik gabungan antara obligasi dan saham biasa, karena bisa menghasilkan pendapatan tetap (seperti bunga obligasi), tetapi juga bisa tidak mendatangkan hasil seperti ini dikehendaki oleh investor.
2. Dilihat dari cara pemeliharaannya, saham dibedakan menjadi:
 - a. Saham atas unjuk (*bearer stock*) artinya pada saham tersebut tidak tertulis nama pemiliknya, agar mudah dipindahtanggankan dari satu investor ke investor lain.
 - b. Saham atas nama (*registered stock*), merupakan saham yang ditulis dengan jelas siapa pemiliknya, dan dimana cara peralihannya harus melalui prosedur tertentu.
3. Ditinjau dari kinerja perdagangannya, maka saham dapat dikategorikan menjadi:
 - a. Saham unggulan (*blue-chip stock*), yaitu saham biasa dari suatu perusahaan yang memiliki reputasi tinggi, sebagai leader di industri sejenis, memiliki pendapatan yang stabil dan konsisten dalam membayar dividen.
 - b. Saham pendapatan (*income stock*), yaitu saham biasa dari suatu emiten yang memiliki kemampuan membayar dividen lebih tinggi dari rata-rata dividen yang dibayarkan pada tahun sebelumnya.
 - c. Saham pertumbuhan (*growth stock-well known*), yaitu saham-saham dari emiten yang memiliki pertumbuhan pendapatan yang tinggi, sebagai leader di industri sejenis yang mempunyai reputasi tinggi. Selain itu terdapat juga *growth stock lesser known*, yaitu saham dari emiten yang tidak sebagai leader dalam industri namun memiliki ciri *growth stock*.

- d. Saham spekulatif (*spekulative stock*), yaitu saham suatu perusahaan yang tidak bisa secara konsisten memperoleh penghasilan yang tinggi di masa mendatang, meskipun belum pasti.”

2.1.5 *Corporate Risk*

2.1.5.1 *Pengertian Corporate Risk*

Corporate risk atau risiko perusahaan adalah suatu kondisi dimana kemungkinan-kemungkinan yang menyebabkan kinerja suatu perusahaan menjadi lebih rendah dari yang diharapkan karena ketidakpastian dimasa yang akan datang (Dewi dan Sari, 2015).

Menurut Coles et al (2004) :

“Risiko perusahaan (*corporate risk*) merupakan cerminan dari *policy* yang diambil oleh pimpinan perusahaan. *Policy* yang diambil pimpinan perusahaan bisa mengindikasikan apakah mereka memiliki karakter *risk taker* atau *risk averse*. Semakin tinggi *corporate risk* maka eksekutif semakin memiliki karakter *risk taker*, demikian sebaliknya”.

Risiko perusahaan dapat dilihat dari karakter eksekutif perusahaan. Eksekutif memiliki 2 karakter yaitu *risk taker* dan *risk averse*, eksekutif yang memiliki karakter *risk taker* adalah yang berani mengambil keputusan yang berisiko tinggi terhadap perusahaan sedangkan *risk averse* memiliki kecenderungan untuk menghindar atau tidak menyukai risiko sehingga kurang berani mengambil keputusan (Budiman dan Setioyono 2012).

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa risiko perusahaan merupakan kondisi dimana suatu perusahaan memungkinkan mengalami kinerja perusahaan yang lebih rendah dari yang diharapkan atau direncanakan. Semakin tinggi risiko perusahaan mencerminkan bahwa eksekutif bersifat *risk taker* yang berarti lebih berani mengambil keputusan yang berisiko tinggi.

2.1.5.2 Pengukuran *Corporate Risk*

Risiko perusahaan yang tinggi mencerminkan eksekutif atau pemimpin perusahaan yang bersifat *risk taker*. Yang mana pemimpin akan cenderung lebih berani dalam mengambil keputusan walaupun keputusan tersebut berisiko tinggi. Selain itu pemilik karakter ini tidak ragu dalam melakukan pembiayaan yang berasal dari hutang untuk pertumbuhan perusahaan yang lebih cepat karena mereka memiliki informasi yang lengkap tentang biaya dan manfaat dari hutang tersebut (Lewellen 2003).

Menurut Lewellen (2003), risiko perusahaan dapat diukur dengan *debt to equity ratio* (DER). Rasio ini digunakan untuk mengukur besarnya proporsi utang terhadap ekuitas. Menurut Kasmir (2012:158) untuk mencari *debt to equity ratio* yaitu dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas Berikut adalah rumus dari DER :

$$\text{Debt To Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

2.1.5.2.1 Pengertian Utang

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.

2.1.5.2.2 Jenis-Jenis Utang

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”.

2.1.6 Penghindaran Pajak

2.1.6.1 Konsep Dasar Perpajakan

a. Pengertian Pajak

Definisi pajak yang dikemukakan oleh Rochmat Soemitro dalam Mardiasmo (2016:1) yaitu:

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

Definisi pajak menurut M.J.H Smeets dalam Sukrisno Agoes (2014:6):

“... 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 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.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pajak adalah iuran atau kontribusi wajib masyarakat kepada negara yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang yang tidak mendapat imbalan langsung dan digunakan untuk membiayai negara dan pembangunan nasional demi kemakmuran rakyat.

b. Fungsi pajak

Pajak mempunyai peranan penting dalam kehidupan bernegara, khususnya di dalam pelaksanaan pembangunan karena pajak merupakan sumber pendapatan negara untuk membiayai semua pengeluaran termasuk pengeluaran pembangunan.

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 (*regulerend*)
Pajak sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi.”

c. Jenis – Jenis Pajak

Menurut Resmi (2014:7), jenis-jenis pajak dapat dikelompokkan menjadi tiga, yaitu :

1. “Menurut Sifatnya
Jenis-jenis pajak menurut sifatnya dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu:
 - a. Pajak langsung
Pajak yang harus dipikul atau ditanggung sendiri oleh wajib pajak dan tidak dapat dilimpahkan atau dibebankan kepada orang lain atau pihak lain. Pajak harus menjadi beban pajak yang bersangkutan.
 - b. Pajak tidak langsung
Pajak yang dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain atau pihak ketiga. Pajak tidak langsung terjadi jika terdapat suatu kegiatan, peristiwa, atau perubahan perbuatan yang menyebabkan terutangnya pajak, misalnya terjadi penyerahan barang atau jasa. Untuk menentukan apakah sesuatu termasuk pajak langsung atau pajak tidak langsung dalam arti ekonomis, yaitu dengan cara melihat ketiga unsur yang terdapat dalam kewajiban pemenuhan perpajakannya. Ketiga unsur tersebut terdiri atas:
 - 1) Penanggung jawab pajak, adalah orang yang secara formal yuridis diharuskan melunasi pajak.
 - 2) Penanggung pajak, adalah orang yang dalam faktanya memikul terlebih dahulu beban pajaknya.
 - 3) Pemikul pajak, adalah orang yang menurut undang-undang harus dibebani pajak.

Jika ketiga unsur tersebut ditemukan pada seseorang maka pajaknya disebut pajak langsung, sedangkan jika ketiga unsur tersebut terpisah atau terdapat pada lebih dari satu orang maka pajaknya disebut pajak tidak langsung.

2. Menurut Sasaran/Objeknya

Menurut sasarannya, jenis-jenis pajak dapat dibagi dua, yaitu:

- a. Pajak Subjektif, pajak yang pengenaannya memerhatikan keadaan pribadi wajib pajak atau pengenaan pajak yang memerhatikan keadaan subjeknya.
- b. Pajak Objektif, pajak yang pengenaannya memerhatikan objeknya baik berupa benda, keadaan, perbuatan, atau peristiwa yang mengakibatkan timbulnya kewajiban membayar pajak, tanpa memerhatikan keadaan pribadi subjek pajak (wajib pajak) maupun tempat tinggal.

3. Menurut Lembaga Pemungutnya

Jenis-jenis pajak menurut Menurut Lembaga Pemungutnya dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

- a. Pajak Negara (Pajak Pusat), pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai rumah tangga Negara pada umumnya.
- b. Pajak daerah, pajak yang dipungut pemerintah daerah baik daerah tingkat I (pajak provinsi) maupun daerah tingkat II (pajak kabupaten/kota) dan digunakan untuk membiayai rumah tangga daerah masing-masing.”

d. **Self Assessment System**

Self Assessment System menurut Siti Kurnia (2010:101) adalah suatu sistem perpajakan yang memberi kepercayaan kepada wajib pajak untuk mematuhi dan melaksanakan sendiri kewajiban dan hak perpajakannya. Dalam hal ini berkenaan dengan:

1. Mendaftarkan diri di kantor pelayanan pajak.
2. Menghitung dan atau memperhitungkan sendiri jumlah pajak yang terutang.
3. Menyetor pajak tersebut ke bank persepsi/kantor pos.
4. Melaporkan penyeteroran tersebut kepada Direktur Jenderal Pajak.
5. Menetapkan sendiri jumlah pajak yang terutang melalui pengisian SPT dengan baik dan benar.

Menurut B Ilyas (2003:18) mendefinisikan *Self Assessment System* sebagai berikut :

“*Self Assessment System* adalah pemungutan pajak yang memberikan wewenang, kepercayaan, tanggung jawab kepada wajib pajak untuk menghitung, memperhitungkan, membayar dan melaporkan sendiri besarnya pajak yang harus dibayar”.

Self Assessment System adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada Wajib Pajak untuk menentukan sendiri besarnya pajak terutang. Wewenang untuk menentukan besarnya pajak terutang ada pada Wajib Pajak sendiri, Wajib Pajak aktif, mulai dari menghitung, menyetor, dan melaporkan sendiri pajak yang terutang, fiskus hanya berfungsi untuk mengawasi.

e. **Tarif Pajak**

Menurut Mardiasmo (2016:11) ada 4 macam tarif pajak yaitu :

1. “Tarif sebanding/proporsional
Tarif berupa persentase yang tetap, terhadap berapapun jumlah yang dikenai pajak sehingga besarnya pajak yang terutang proporsional terhadap besarnya nilai yang dikenai pajak.
Contoh : Untuk penyerahan Barang Kena Pajak di dalam daerah pabean akan dikenakan Pajak Pertambahan Nilai sebesar 10%
2. Tarif tetap
Tarif berupa jumlah yang tetap (sama) terhadap berapapun jumlah yang dikenai pajak sehingga besarnya pajak yang terutang tetap.
Contoh : Besarnya tarif Bea Materai untuk cek dan bilyet giro nilai nominal berapapun adalah Rp 3.000,00
3. Tarif progresif
Persentase tarif yang digunakan semakin besar bila jumlah yang dikenai pajak semakin besar. Contoh : pasal 17 Undang-undang Pajak Penghasilan untuk Wajib Pajak orang pribadi dalam negeri
4. Tarif degresif
Persentase tarif yang digunakan semakin kecil bila jumlah yang dikenai pajak semakin besar.”

f. Kredit Pajak

Berdasarkan pasal 28 UU PPh, setelah diketahui jumlah pajak yang terutang, wajib pajak dalam negeri dan bentuk usaha tetap dapat mengurangi pajak terutang tersebut dengan kredit pajak untuk tahun pajak yang bersangkutan. Berdasarkan ketentuan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 164/KMK.03/2002, beberapa jenis Pajak Penghasilan yang dapat dikreditkan sebagai berikut:

- a. pemotongan pajak atas penghasilan dari pekerjaan, jasa, dan kegiatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 21 UU PPh;
- b. pemungutan pajak atas penghasilan dari kegiatan di bidang impor atau kegiatan usaha di bidang lain sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22 UU PPh;
- c. pemotongan pajak atas penghasilan berupa dividen, bunga, royalti, sewa, hadiah dan penghargaan, dan imbalan jasa sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23 UU PPh;
- d. pajak yang dibayar atau terutang atas penghasilan dari luar negeri yang boleh dikreditkan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 24 UU PPh;
- e. pembayaran yang dilakukan oleh Wajib Pajak sendiri sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 UU PPh;
- f. pemotongan pajak atas penghasilan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 26 ayat (5) UU PPh.

Saat melaporkan Surat Pemberitahuan (SPT) Tahunan, Wajib Pajak akan menerima pemberitahuan mengenai status SPT Tahunan tersebut. Ada 3 kemungkinan yang akan muncul, yakni status lebih bayar, kurang bayar, dan

status nihil. Status lebih bayar terjadi ketika pajak terutang lebih kecil dari kredit pajak (Pasal 28a), status kurang bayar terjadi ketika pajak terutang lebih besar dari kredit pajak (Pasal 29), sedangkan status nihil terjadi ketika pajak terutang sama dengan kredit pajak.

2.1.6.2 Dasar Pengenaan Pajak dan Tarif Pajak Penghasilan Wajib Pajak Badan berdasarkan UU No. 36 Tahun 2008

Untuk Wajib Pajak dalam negeri dan Bentuk Usaha Tetap (BUT) yang menjadi dasar pengenaan pajak untuk pajak penghasilan terutang adalah Penghasilan Kena Pajak. Sedangkan untuk Wajib Pajak luar negeri adalah penghasilan bruto. Besarnya Penghasilan Kena Pajak untuk Wajib Pajak badan dihitung sebesar penghasilan netto. Perhitungan besarnya penghasilan netto bagi wajib pajak badan dapat dilakukan dengan dua cara yaitu menggunakan pembukuan atau menggunakan norma perhitungan penghasilan netto.

- 1) Menghitung Penghasilan Kena Pajak dengan menggunakan pembukuan:

Untuk wajib pajak badan besarnya PKP sama dengan penghasilan nettoya yaitu penghasilan bruto dikurangi dengan biaya-biaya yang diperkenankan oleh Undang-Undang PPh .

PKP WP Badan = Penghasilan Netto

= Penghasilan Bruto - Biaya yang diperkenankan UU PPh

- 2) Menghitung PKP dengan menggunakan norma perhitungan penghasilan netto:

Apabila dalam menghitung PKP nya wajib pajak yang menggunakan norma perhitungan penghasilan netto, besarnya penghasilan netto adalah dengan persentase norma perhitungan penghasilan netto dikali dengan jumlah peredaran usahanya.

Pada Undang-Undang sebelumnya, yakni Undang-Undang No 17 Tahun 2000, tarif pajak yang dikenakan untuk wajib pajak badan sebesar 28%, dengan diberlakukannya Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 ini maka tarif pajak yang dikenakan untuk wajib pajak badan turun menjadi 25% yang mulai berlakunya pada tahun 2010.

Tabel 2.2

Tarif Pajak Penghasilan Wajib Pajak Badan Dalam Negeri dan Bentuk Usaha Tetap

Tahun	Tarif Pajak
2000 s.d. 2009	28%
2010 dan selanjutnya	25%

2.1.6.3 Pengertian Penghindaran Pajak

Menurut Anderson (dalam Zain, 2008: 50) penghindaran pajak adalah cara mengurangi pajak yang masih dalam batas ketentuan perundang-undangan perpajakan dan dapat dibenarkan, terutama melalui perencanaan pajak. Penghindaran pajak ini juga merupakan suatu proses pengendalian tindakan agar terhindar dari konsekuensi pengenaan pajak yang tidak dikehendaki.

Penghindaran pajak bertujuan untuk meminimalkan beban pajak dengan memanfaatkan kelemahan-kelemahan (*loophole*) ketentuan perpajakan suatu negara sehingga ahli pajak menyatakan legal karena tidak melanggar peraturan perpajakan.

Pengertian penghindaran pajak menurut Ernest R. Mortenson dalam Siti Kurnia (2010:146), adalah sebagai berikut:

“Penghindaran pajak adalah berkenaan dengan pengaturan suatu peristiwa sedemikian rupa untuk meminimalkan atau menghilangkan beban pajak dengan memperhatikan ada atau tidaknya akibat- akibat pajak yang ditimbulkannya. Penghindaran pajak tidak merupakan pelanggaran atas perundang-undangan perpajakan secara etik tidak dianggap salah dalam rangka usaha wajib pajak dalam rangka mengurangi, menghindari, meminimalkan atau meringankan beban pajak dengan cara yang dimungkinkan oleh undang-undang pajak”.

Menurut Pohan (2016:23), *tax avoidance* merupakan:

“Upaya penghindaran pajak yang dilakukan secara legal dan aman bagi wajib pajak karena tidak bertentangan dengan ketentuan perpajakan, di mana metode dan teknik yang digunakan cenderung memanfaatkan kelemahan-kelemahan (*grey area*) yang terdapat dalam undang-undang dan peraturan perpajakan itu sendiri, untuk memperkecil jumlah pajak yang terutang”.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa penghindaran pajak dapat diartikan sebagai upaya perusahaan meminimalisir penghasilan secara legal yang masih sesuai dengan ketentuan peraturan perundang – undangan perpajakan untuk memperkecil jumlah pajak yang terutang.

2.1.6.4 Indikator Penghindaran Pajak

Adapun indikator dalam penghindaran pajak menurut Djamaludin Ancok (2004), adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya Pengetahuan tentang Pajak

Secara teoritik, menumbuhkan sikap positif terhadap sesuatu harus bermula dari adanya pengetahuan tentang hal tersebut. Bagaimana kegiatan peningkatan pengetahuan tentang pajak dilakukan di beberapa negara dikemukakan oleh Lewis (1982). Di Inggris, ada brosur penuntun pajak yang sangat komunikatif dan digemari oleh orang karena brosur tersebut ditulis dengan bahasa yang semaksimal mungkin menghindari ‘jargon’ pajak, dengan ilustrasi gambar yang bukan menampilkan gambar petugas pajak, tetapi anak sekolah.

2. Sikap Petugas Pajak

Petugas pajak diharapkan simpatik, bersifat membantu, mudah dihubungi, dan bekerja jujur. Bila petugas berbuat yang tidak sesuai dengan ketentuan, maka status mereka sama dengan pagar yang memakan tanaman. Tanpa ada perubahan ke arah perilaku yang simpatik dan kejujuran dalam bertugas di kalangan para petugas pajak, maka sulit untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk membayar pajak.

3. Sistem Pajak dan Pelaksanaan Pajak

Kemudahan dalam memperoleh, mengisi, dan mengembalikan SPT, akan menentukan kegairahan untuk membayar pajak. Selain itu, keadilan dalam jumlah pajak yang harus dibayar, baik “keadilan horisontal” maupun “keadilan vertikal” sangat menentukan keikhlasan dan antusiasme membayar pajak.

2.1.6.5 Cara Melakukan Penghindaran Pajak

Hoque, et al. (2011) dalam Surbakti (2012) mengungkapkan beberapa cara perusahaan melakukan penghindaran pajak, yaitu sebagai berikut:

- a) Menampakkan laba dari aktivitas operasional sebagai laba dari modal sehingga mengurangi laba bersih dan utang pajak perusahaan tersebut.
- b) Mengakui pembelanjaan modal sebagai pembelanjaan operasional dan membebankan yang sama terhadap laba bersih sehingga mengurangi utang pajak perusahaan.
- c) Membebankan biaya personal sebagai biaya bisnis sehingga mengurangi laba bersih.
- d) Membebankan depresiasi produksi yang berlebihan di bawah nilai penutupan peralatan sehingga mengurangi laba kena pajak.
- e) Mencatat pembuangan yang berlebihan dari bahan baku dalam industri manufaktur sehingga mengurangi laba kena pajak.”

2.1.6.6 Pengukuran Penghindaran Pajak

Menurut Dyreng (2010) dalam Handayani (2015), variable penghindaran pajak dihitung melalui CETR (*Cash Effective Tax Rate*) perusahaan yaitu kas yang dikeluarkan untuk biaya pajak dibagi dengan laba sebelum pajak. Rumus untuk menghitung CETR adalah :

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

Pembayaran pajak (*Cash tax paid*) adalah jumlah kas pajak yang dibayarkan perusahaan berdasarkan laporan keuangan arus kas perusahaan. Semakin tinggi tingkat persentase CETR yaitu >25% mengindikasikan bahwa semakin rendah tingkat penghindaran pajak, sebaliknya semakin rendah tingkat

persentase CETR yaitu <25% mengindikasikan semakin tinggi tingkat penghindaran pajak perusahaan (Lanis dan Richardson, 2012). Pengukuran *tax avoidance* menggunakan *Cash ETR* menurut Dyreng, et. al (2010) dalam Simarmata (2014), baik digunakan untuk :

“Menggambarkan kegiatan penghindaran pajak oleh perusahaan karena *Cash ETR* tidak terpengaruh dengan adanya perubahan estimasi seperti penyisihan penilaian atau perlindungan pajak. Selain itu pengukuran menggunakan *Cash ETR* dapat menjawab atas permasalahan dan keterbatasan atas pengukuran *tax avoidance* berdasarkan model GAAP ETR. Semakin kecil nilai *Cash ETR*, artinya semakin besar penghindaran pajaknya, begitupun sebaliknya.”

2.1.6.6.1 Pengertian Pembayaran Pajak

Menurut UU No.23 Pasal 1(1999:6) Pembayaran mencakup seperangkat aturan, lembaga, dan mekanisme yang digunakan untuk melakukan pemindahan dana guna memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi.

Menurut Chan Kah Sing (2009:108) Pembayaran adalah proses penukaran mata uang dengan barang, jasa atau informasi. Pengertian pembayaran menurut Hasibuan (2010:117) yaitu berpindahnya hak kepemilikan atas sejumlah uang atau dan dari pembayar kepada penerimanya, baik langsung maupun melalui media jasa-jasa perbankan.

Dari definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa pembayaran adalah mekanisme yang dilakukan dalam penukaran mata uang dengan barang, jasa atau informasi dari pembayar kepada penerima, baik langsung maupun melalui media jasa-jasa perbankan.

Dari definisi-definisi pembayaran dan pajak maka dapat disimpulkan pembayaran pajak adalah mekanisme yang dilakukan wajib pajak untuk memberikan sejumlah uang kepada negara sesuai dengan undang-undang untuk membiayai negara dan pembangunan nasional demi kemakmuran rakyat.

2.1.6.6.2 Jenis-Jenis Pembayaran

1. Pembayaran Tradisional

Pembayaran tradisional maksudnya pembayaran yang masih sederhana yang tidak memerlukan jasa bank sebagaimana yang terjadi dipedesaan yang terpencil.

2. Pembayaran Modern

Pembayaran modern maksudnya pembayaran yang dilakukan dengan perantara pembayaran, seperti bank. Pembayaran suatu proses yang cukup rumit, dimana lembaga perbankan mempunyai peran yang sangat penting dan memerlukan jasa-jasa perantara karena tanpa jasa perantara tidak dapat terlaksana dengan cepat dan efisien.

2.1.6.6.3 Pengertian Laba

Menurut Subramanyam (2012:109) menyatakan bahwa laba merupakan ringkasan hasil bersih aktivitas operasi usaha dalam periode tertentu yang dinyatakan dalam istilah keuangan. Serta informasi perusahaan yang paling diminati dalam pasar uang.

Selanjutnya Mahmud M. Hanafi (2010:32) mengatakan bahwa laba merupakan: "... ukuran keseluruhan prestasi perusahaan yang diukur dengan menghitung selisih antara pendapatan dan biaya".

Sedangkan menurut Lailan Paradiba (2015) laba adalah : "... item laporan keuangan mendasar dan penting yang memiliki berbagai kegunaan dalam berbagai konteks".

Menurut Harisson, et al. (2012:11) Laba (*Income*) adalah kenaikan manfaat ekonomi selama periode akuntansi (misalnya, kenaikan asset atau penurunan kewajiban) yang menghasilkan peningkatan ekuitas selain yang menyangkut transaksi dengan pemegang saham.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa laba adalah laporan utama yang berisikan ringkasan kinerja perusahaan, ringkasan hasil bersih aktivitas operasi usaha yang dapat mencerminkan prestasi suatu perusahaan dan dapat digunakan dalam berbagai konteks.

2.1.6.6.4 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”.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Penghindaran Pajak

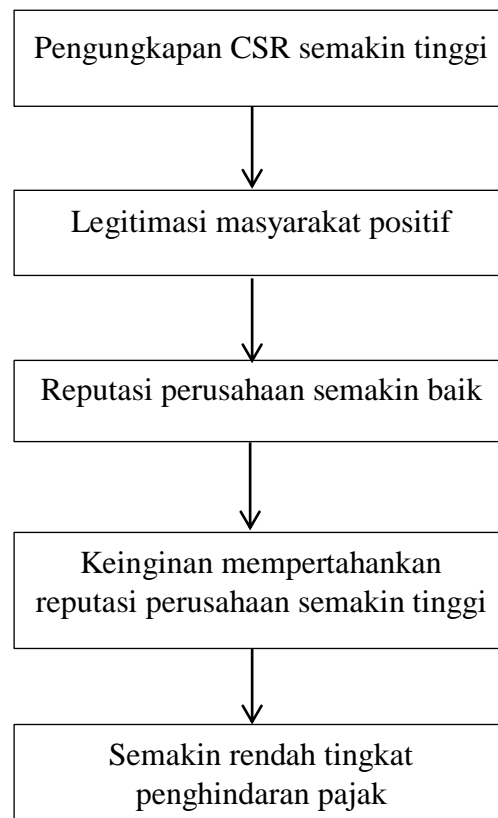
Perusahaan melakukan pengungkapan CSR untuk mendapatkan legitimasi positif dari masyarakat guna mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan dituntut untuk mampu melakukan aktivitasnya sesuai dengan nilai dan batasan norma yang berlaku di masyarakat. Perusahaan dengan reputasi yang baik akan mempertahankan reputasinya dengan melakukan tanggungjawab atas aktivitasnya dan tidak melakukan praktik *tax avoidance*. Hal tersebut menunjukkan, semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR maka semakin rendah tingkat *tax avoidance* (Ratmono dan Sagala, 2014).

Lanis dan Richardson (2012), Yoehana (2013), dan Purwanggono (2015) menemukan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR perusahaan, maka

diharapkan akan semakin rendah kemungkinan perusahaan melakukan penghindaran pajak.

Hasil penelitian I Putu Putra Wiguna (2017), Nurrahma Dewi (2016), Ayu Rahmawati, M.G Wi Endang (2016), Muadz Rizki Muzakki (2015) menemukan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap penghindaran pajak.

Kerangka pemikiran pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap penghindaran pajak dapat dilihat pada gambar 2.1



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Penghindaran Pajak (Ratmono dan Sagala, 2014).

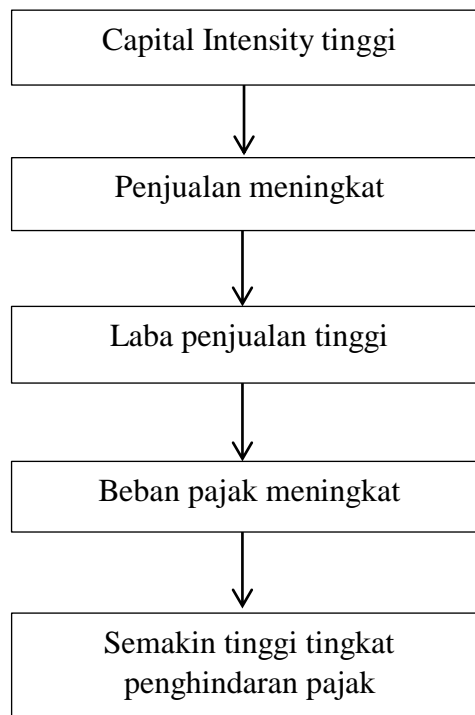
2.2.2 Pengaruh *Capital Intensity* Terhadap Penghindaran Pajak

Capital Intensity atau intensitas aset tetap perusahaan menggambarkan banyaknya investasi perusahaan terhadap aset tetap perusahaan. Menurut Commanor dan Wilson (1967), rasio intensitas modal merupakan salah satu informasi yang penting bagi investor karena dapat menunjukkan tingkat efisiensi penggunaan modal yang telah ditanamkan. Salah satu indikator prospek suatu perusahaan di masa mendatang yang dapat digunakan untuk menilai suatu intensitas modal adalah seberapa besar modal yang dibutuhkan untuk menghasilkan pendapatan dalam merebut pasar yang diinginkan oleh perusahaan. Semakin tinggi intensitas modal suatu perusahaan akan berdampak pada peningkatan penjualan yang ada di perusahaan. Perusahaan yang memiliki penjualan yang meningkat tentunya akan memperoleh laba tinggi sehingga dapat meningkatkan beban pajak yang harus dibayarkan.

Capital intensity perusahaan yang tinggi mengakibatkan efektifitas pajak semakin rendah, efektifitas pajak yang rendah dapat diartikan perusahaan melakukan *tax avoidance* (Wiguna dan Jati, 2017).

Hasil penelitian Dimas Anindyka S. (2018), Muadz Rizki Muzakki (2015), dan Ajeng Wijayanti (2016) menemukan bahwa *capital intensity* berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak.

Kerangka pemikiran pengaruh *capital intensity* terhadap penghindaran pajak dapat dilihat pada gambar 2.2



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Pengaruh *Capital Intensity* Terhadap Penghindaran Pajak (Commanor dan Wilson, 1967).

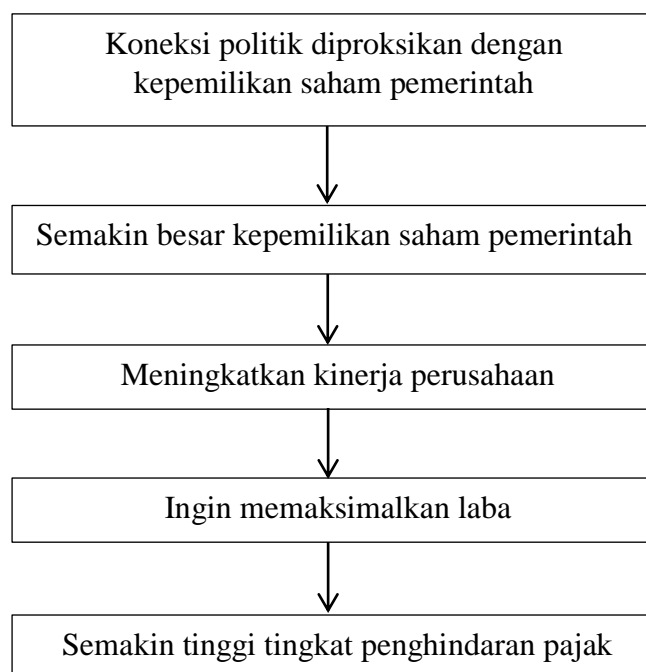
2.2.3 Pengaruh Koneksi Politik Terhadap Penghindaran Pajak

Koneksi politik yang dimiliki membuat perusahaan memperoleh perlakuan khusus, seperti kemudahan dalam memperoleh pinjaman modal, resiko pemeriksaan pajak rendah yang membuat perusahaan makin agresif dalam menerapkan *tax planning* yang berakibat pada menurunnya transparansi laporan keuangan. Kehilangan investor akibat penurunan transparansi laporan keuangan dapat digantikan dengan peran pemerintah sebagai penyandang dana utama. Hubungan politik yang dimiliki mampu mengurangi atau bahkan menghilangkan konsekuensi negatif yang ada (Kim dan Zhang, 2013).

Koneksi politik dalam penelitian ini diproksikan dengan kepemilikan saham pemerintah pada perusahaan yang diteliti. Semakin besar kepemilikan saham pemerintah suatu perusahaan maka pihak institusi akan memberikan tekanan kepada manajemen untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Hal ini membuat perusahaan ingin memaksimalkan laba sehingga kemungkinan melakukan penghindaran pajak semakin tinggi (Ngadiman dan Puspitasari, 2014).

Hasil penelitian Stella Butje (2013) dan Ronald Tehupuring (2016) menemukan bahwa koneksi politik berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak.

Kerangka pemikiran pengaruh koneksi politik terhadap penghindaran pajak dapat dilihat pada gambar 2.3.



Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Pengaruh Koneksi Politik Terhadap Penghindaran Pajak (Ngadiman dan Puspitasari, 2014)

2.2.4 Pengaruh *Corporate Risk* Terhadap Penghindaran Pajak

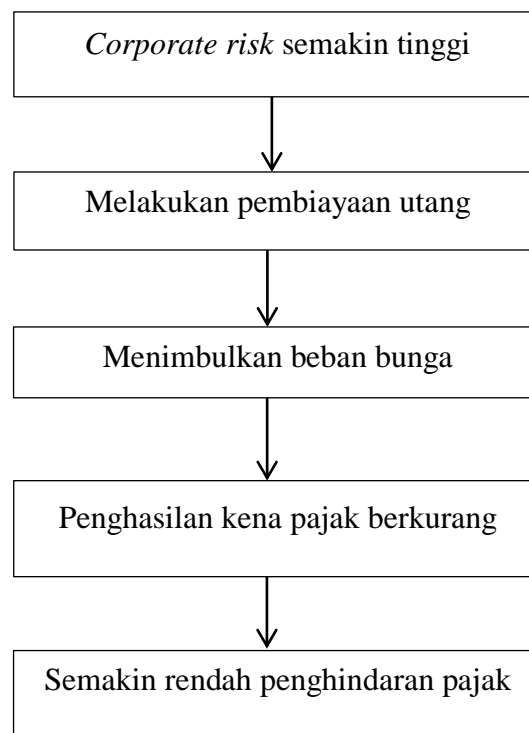
Menurut Coles, Daniel, Naveen D, Naveen dan Lalitha (2004) menyatakan bahwa risiko perusahaan (*corporate risk*) merupakan cerminan dari *policy* yang diambil oleh pemimpin perusahaan. *Policy* yang diambil pimpinan perusahaan bisa mengindikasikan apakah mereka memiliki karakter *risk taking* atau *risk averse*. Semakin tinggi *corporate risk* maka eksekutif semakin memiliki karakter *risk taker*, demikian juga semakin rendah *corporate risk* maka eksekutif akan memiliki karakter *risk averse*.

Risiko perusahaan yang tinggi mencerminkan eksekutif atau pemimpin perusahaan bersifat *risk taker* yang mana pemimpin akan cenderung lebih berani dalam mengambil keputusan walaupun keputusan tersebut berisiko tinggi. Selain itu pemilik karakter ini tidak ragu dalam melakukan pembiayaan yang berasal dari hutang untuk pertumbuhan perusahaan yang lebih cepat karena mereka memiliki informasi yang lengkap tentang biaya dan manfaat dari hutang tersebut (Lewellen 2003). Perusahaan dimungkinkan menggunakan utang untuk memenuhi kebutuhan operasional dan investasi perusahaan. Akan tetapi, utang akan menimbulkan beban tetap (*fixed rate of return*) yang disebut dengan bunga. Beban bunga yang ditanggung perusahaan dapat dimanfaatkan sebagai pengurang penghasilan kena pajak perusahaan untuk menekan beban pajaknya, sehingga kemungkinan perusahaan melakukan penghindaran pajak semakin rendah (Suyanto, 2012).

Hasil penelitian I Putu Putra Wiguna (2017), Khoirunnisa Alviani (2016), Alfajri (2016), Nurrahma Dewi (2016), Stella Butje (2013), I Gusti Ayu Cahya

Maharani (2014) menemukan bahwa *corporate risk* berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak.

Kerangka pemikiran pengaruh *corporate risk* terhadap penghindaran pajak dapat dilihat pada gambar 2.4



Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran Pengaruh *Corporate Risk* Terhadap Penghindaran Pajak (Suyanto, 2012).

2.3 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

- H₁ : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak
- H₂ : *Capital Intensity* berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak
- H₃ : Koneksi politik berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak
- H₄ : *Corporate Risk* berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak