

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perusahaan memiliki peranan yang sangat penting terhadap perekonomian dan masyarakat luas di era globalisasi saat ini. Tujuan didirikannya perusahaan adalah untuk memperoleh laba dan meningkatkan penjualan, namun kondisi ini sudah bergeser bahwa tujuan utama perusahaan kini sebaiknya adalah untuk kelangsungan hidup perusahaan. Pesatnya perkembangan teknologi saat ini mengakibatkan semakin maju dan kompleksnya aktivitas perusahaan serta semakin luasnya tanggung jawab perusahaan. Seiring dengan perkembangan dunia maka mulai terjadi pergeseran persepsi, fokus perusahaan bukan hanya memperoleh dan melaporkan laba sebesar-besarnya tetapi lebih dari itu, yaitu tanggung jawab moral terhadap lingkungan. Selain itu, perusahaan juga harus mematuhi regulasi pemerintah baik peraturan pemerintah terkait masalah sosial, dampak lingkungan maupun peraturan pemerintah yang terkait perpajakan, bahkan saat ini telah diberlakukan peraturan pemerintah terkait *tax amnesty*.

Pajak merupakan salah satu sumber pembiayaan bagi negara dalam menjalankan pemerintahan. Setiap tahunnya 70% sampai 80% pengeluaran negara dibiayai dari pajak. Peranan pajak sangat penting bagi perekonomian negara karena pajak merupakan unsur penting untuk menopang anggaran pengeluaran negara yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat.

Sebagai salah satu sumber pendapatan negara yang terbesar, pajak merupakan hal yang krusial baik dari segi pelaksanaan, pemungutan, maupun peraturan perundang-undangannya. Oleh karenanya, pemerintah menaruh perhatian yang begitu besar terhadap sektor pajak dengan melakukan berbagai reformasi di bidang perpajakan, antara lain penggunaan metode *self assesment system* dalam pemungutan pajak dan penggunaan sistem *e-filing* untuk pelaporan pajak. Namun ternyata usaha-usaha tersebut masih belum cukup untuk memenuhi target penerimaan pajak dalam beberapa tahun terakhir ini.

Masalah perpajakan merupakan masalah yang kompleks, bahkan pemerintah telah mengeluarkan beberapa peraturan untuk menekan permasalahan perpajakan yaitu penghindaran pajak baik dengan cara yang legal (*tax avoidance*) maupun illegal (*tax evasion*).

Model penghindaran pajak (*tax avoidance*) sering mungkin terjadi pada ekspor komoditas. Para eksportir, masih banyak menggunakan kontrak penjualan lama, yang belum direnegosiasi, untuk pelaporan omset pada SPT Tahunan. Pengusaha juga melakukan *transfer pricing* dengan mendirikan perusahaan bertarif pajak rendah. Adanya regulasi pemerintah tentang efektifitas PMK Nomor

213/PMK.03/2016 dalam menangkal penghindaran pajak, diharapkan perusahaan bisa melakukan agresivitas pajak melalui perencanaan pajak.

Menurut Suandy (2011:6) agresivitas pajak adalah merupakan suatu tindakan upaya dalam melakukan penghematan pajak melalui perencanaan pajak secara legal maupun illegal. Meskipun agresivitas pajak dapat dilakukan melalui cara yang legal, tetapi tetap saja tindakan tersebut merupakan tindakan yang tidak bertanggung jawab karena dapat merugikan negara dan menurunkan kemampuan negara dalam menjalankan kewajibannya untuk menyejahterakan warga negaranya. Kurangnya peraturan mengenai agresivitas pajak, *tax planning*, maupun *tax avoidance* menimbulkan persepsi yang berbeda-beda antara pemerintah dan wajib pajak. Dari sudut pandang wajib pajak tentu akan berpendapat bahwa sepanjang skema penghindaran pajak yang mereka lakukan tidak dilarang tentu sah-sah saja (legal). Akan tetapi disisi lain, pemerintah juga berkepentingan bahwa jangan sampai suatu ketentuan perpajakan disalah gunakan oleh wajib pajak semata-mata untuk tujuan penghindaran pajak, yang ada malah akan merugikan penerimaan Negara.

Lanis dan Richadson (2012) menjelaskan bahwa tindakan agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan dianggap sebagai tindakan yang tidak bertanggung jawab secara sosial atau yang disebut juga dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Menurut Rahman (2009:10) *Corporate Social Responsibility (CSR)* diartikan sebagai suatu komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan

ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komunitas setempat (lokal) dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka memperbaiki kualitas hidup.

Berdasarkan konsep CSR menurut John Elkington (1997), perusahaan perlu memperhatikan tiga aspek *triple bottom line* yaitu *profit, planet and people*. Selain harus menjaga kondisi keuangannya dengan baik, perusahaan juga dituntut untuk memberikan kontribusi dari laba yang diperolehnya, misalkan dengan memberikan donasi terhadap masyarakat, memberikan kompensasi terhadap karyawannya dan membayar pajak untuk negara. Setiap rupiah jumlah pajak yang dibayarkan, dapat memberikan kontribusi terhadap keberlangsungan hidup masyarakat. Kontribusi pajak bagi masyarakat dapat berupa pembangunan infrastruktur, fasilitas publik, ataupun subsidi pendidikan dan kesehatan.

Salah satu aspek yang turut menjadi perbincangan dalam Pengungkapan CSR yaitu permasalahan lingkungan yang terus menjadi sorotan, dan saat ini dalam dunia bisnis terjadi peningkatan usaha dalam hal pengelolaan serta pelestarian lingkungan. Tekanan tersebut bisa sangat berbeda dari tiap negara dan sektor bisnis. Tekanan lingkungan akan mengakibatkan perusahaan mencari sesuatu yang baru, kreatif serta hemat biaya untuk mengatur serta meminimalisasi pengaruh lingkungan. Salah satu contohnya yakni masalah penyediaan dana CSR yang berhubungan dengan pelaporan pajak.

Dengan adanya Undang-Undang Nomor 36 tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan, dana yang digunakan oleh perusahaan untuk kegiatan CSR dapat

dijadikan sebagai biaya dan dapat menurunkan beban pajak bagi perusahaan. Perusahaan akan memilih strategi tertentu sehingga barang atau jasa yang diberikan kepada pemerintah terhitung PPN yaitu melalui agresivitas pajak yang akan dilaporkan dalam pelaporan SPT tahunan PPh badan.

Selama ini perusahaan beranggapan memiliki dua beban yang sama yaitu beban pajak dan beban CSR. Padahal CSR merupakan suatu bentuk timbal balik perusahaan kepada masyarakat dalam hal tanggung jawab sosial terhadap masyarakat, sedangkan ekspektasi yang diharapkan oleh sebagian besar masyarakat tidak sesuai dengan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan.

Pada dasarnya kedua beban tersebut dapat digunakan untuk menyejahterakan masyarakat. Namun agar perusahaan tidak memiliki dua beban tersebut maka perusahaan mulai mencari cara untuk meminimalkan beban pajak perusahaan melalui tindakan agresivitas pajak. Karena tindakan tersebut tidak sesuai dengan harapan masyarakat maka dari itu perusahaan menutupi tindakan tersebut dengan cara melaksanakan tanggung jawab sosial yang lebih besar terhadap masyarakat dengan tujuan untuk mengubah persepsi dan memperoleh legitimasi dari masyarakat.

Bagi perusahaan pajak dianggap sebagai beban yang akan mengurangi keuntungan perusahaan. Hal ini menyebabkan perusahaan mencari cara untuk mengurangi biaya pajak. Oleh karena itu dimungkinkan perusahaan akan menjadi agresif dalam perpajakan.

Watson dalam Purwanggono (2015) menjelaskan bahwa perusahaan dengan tingkat CSR yang rendah merupakan perusahaan yang tidak bertanggung jawab secara sosial sehingga akan melakukan tindakan perencanaan pajak yang lebih agresif dibandingkan perusahaan yang sadar sosial atau memiliki tingkat CSR yang lebih tinggi.

Faktor lain yang juga dianggap dapat memengaruhi agresivitas pajak perusahaan adalah manajemen laba. Manajemen laba seolah-olah telah menjadi budaya perusahaan (*corporate culture*). Manajemen laba yang berada pada daerah *greyarea*, yang diperbolehkan karena sesuai dengan standar akuntansi sampai pada hal yang melanggar hukum atau kita sebut sebagai penggelapan. Hal inilah yang bisa merusak tatanan ekonomi bahkan etika dan moral dan tanggung jawab pelaku bisnis (*stakeholder*). Manajer akan berperilaku *opportunities* ketika menghadapi kondisi yang memaksa manajer membuat keputusan tertentu, seperti ketika manajer menyiasati regulasi pemerintah terutama yang berhubungan dengan pajak, manajer biasanya akan meminimalisasi pajak yang akan dibayarkan, kondisi ini menyebabkan perusahaan melakukan manajemen laba.

Terdapat beberapa fenomena yang melibatkan Wajib Pajak Badan, terutama berkaitan dengan usaha-usahanya dalam meminimalkan beban pajak yang harus dibayarkan melalui berbagai cara.

Pada tahun 2014 terjadi fenomena agresivitas pajak yang dilakukan oleh PT Astra Internasional Tbk (ASII) yang salah satu anak perusahaannya yaitu PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMIN) mengumumkan kinerja ekspor

mobil utuh atau Completely Built Up (CBU) mereka pada tahun lalu. Jumlahnya mencatat rekor yakni lebih dari 118 ribu unit. Jumlah ini setara dengan 70 persen total ekspor kendaraan dari Indonesia beberapa tahun lalu. Jika ditambah dengan produk mobil terurai atau Complete Knock Down (CKD) dan komponen kendaraan, maka nilai ekspor pabrik mobil yang 95 persen sahamnya dikuasai PT Toyota Motor Corporation (TMC) Jepang tersebut mencapai US\$ 1,7 miliar atau sekitar Rp 17 triliun. Sayang, ada noda tersembunyi di balik gemerlap prestasi itu. Direktorat Jenderal Pajak dan Kementerian Keuangan memiliki bukti bahwa PT Toyota Motor Manufacturing memanfaatkan transaksi antar-perusahaan terafiliasi di dalam dan luar negeri untuk menghindari pembayaran pajak. Istilah bekennya *transfer pricing*. Modusnya sederhana yaitu memindahkan beban keuntungan berlebih dari satu negara ke negara lain yang menerapkan tarif pajak lebih murah (*tax haven*). Pemandahan beban dilakukan dengan memanipulasi harga secara tidak wajar. Telah terungkap bahwa seribu mobil buatan PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia harus dijual dulu ke kantor PT Toyota Asia Pasifik di Singapura, sebelum berangkat dan dijual ke Filipina dan Thailand. Hal ini dilakukan untuk menghindari membayar pajak yang tinggi di Indonesia. Dengan kata lain, Toyota di Indonesia hanya bertindak “atas nama” PT Toyota Motor Asia Pacific Pte., Ltd – yaitu nama unit bisnis Toyota yang berkantor di Singapura. (<http://investigasi.tempo.co>)

Selain fenomena di atas, fenomena mengenai agresivitas pajak lainnya terjadi pada PT Garuda Metalindo dari neraca perusahaan terlihat peningkatan jumlah utang (bank dan lembaga keuangan). Dalam laporan keuangan nilai utang

bank jangka pendek mencapai Rp 200 Miliar hingga Juni 2016, meningkat dari akhir Desember 2015 senilai Rp 48 Miliar. Emiten berkode saham BOLT ini memanfaatkan modal yang diperoleh dari pinjaman atau hutang untuk menghindari pembayaran pajak yang harus ditanggung oleh perusahaan.

Presiden Direktur PT Garuda Metalindo Ervin Wijaya mengatakan, peningkatan nilai utang perusahaan dikarenakan perseroan menyiapkan setidaknya Rp 350 miliar belanja modal (*capital expenditure/capex*) hingga pertengahan tahun depan. Adapun sumber dana *capex* berasal dari pinjaman perbankan sekitar Rp 200 miliar dan selebihnya akan diambil dari kas internal perusahaan. Perusahaan tersebut diduga melakukan upaya-upaya penghindaran pajak, padahal memiliki aktivitas cukup banyak di Indonesia. Namun, yang menarik dari kasus ini adalah banyak modus mulai dari administrasi hingga kegiatan yang dilakukan untuk menghindari kewajiban pajak. Secara badan usaha sudah terdaftar sebagai perseroan terbatas, akan tetapi dari segi permodalan perusahaan tersebut menggantungkan hidup dari utang afiliasi. Lantaran modalnya dimasukkan sebagai utang mengurangi pajak, perusahaan ini praktis bisa terhindar dari kewajiban. (<http://investor.id>)

Fenomena agresivitas pajak yang terakhir terjadi pada PT Suzuki Motor Corp pada tahun 2016. PT Suzuki Motor Corp baru-baru ini melakukan kasus penggelapan pajak dengan cara memanfaatkan bisnis balap sepeda motor mereka untuk menyembunyikan dana sebesar Rp 38,6 miliar untuk menipu pemerintah agar tidak dikenai pajak yang lebih tinggi. Dalam kasus tersebut melaporkan

bahwa Suzuki telah menghitung suku cadang sepeda motor balap belum terpakai sebagai biaya pengeluaran bukan barang gudang.

Perlu diketahui bahwa suku cadang belum terpakai dikategorikan barang gudang dan tidak bisa dihitung biaya kecuali telah digunakan atau dibuang. Atas kasus ini Suzuki dituntut membayar Rp 57,9 miliar untuk menebus pajak yang mereka bohongi beserta denda atas kesalahan yang mereka perbuat. Kasus ini seakan mencoreng muka Suzuki untuk kedua kalinya apabila mengingat dosa lama Suzuki pada bulan Mei lalu dimana mereka sengaja menggunakan metode tes konsumsi BBM yang tidak sesuai agar produknya terlihat lebih irit BBM dibandingkan pabrikan lain. (<http://autonetmagz.com>)

Berdasarkan fenomena-fenomena diatas, tindakan perusahaan dalam meminimalkan pembayaran pajak tidak sesuai dengan harapan masyarakat karena pembayaran pajak memiliki implikasi penting bagi masyarakat dalam hal pendanaan barang publik, pendidikan, pertahanan nasional, kesehatan masyarakat, dan hukum. Pandangan masyarakat mengenai perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas pajak dianggap telah membentuk suatu kegiatan yang tidak bertanggung jawab secara sosial dan tidak sah. (Lanis dan Richardson, 2012)

Besarnya pajak bagi perusahaan dihitung melalui perolehan laba bersih perusahaan sebagaimana tercantum dalam laporan laba rugi. Semakin besar laba yang dihasilkan perusahaan maka akan semakin besar pula kewajiban pajak yang harus dibayarkan, begitu pun sebaliknya. Semakin kecil laba yang dihasilkan maka akan semakin kecil kewajiban pajak yang harus dibayarkan. Pada

prinsipnya manajemen laba merupakan metode yang dipilih dalam menyajikan informasi laba kepada publik yang telah disesuaikan dengan kepentingan dari pihak manajer itu sendiri untuk menguntungkan perusahaan dengan cara menaikkan ataupun menurunkan laba perusahaan.

Perusahaan menggunakan manajemen laba untuk melakukan *income decreasing* yang akan mengurangi penghasilan kena pajak. Semakin agresif perusahaan melakukan manajemen laba, maka dapat dikatakan bahwa tingkat agresivitas pajak perusahaan juga tinggi karena beban pajak semakin kecil.

Sebagaimana yang telah dijelaskan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Manajemen Laba terhadap Agresivitas Pajak pada perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018.

Alasan penulis memilih melakukan penelitian pada perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif karena perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang banyak berinteraksi dengan masyarakat dan dalam perusahaan tersebut juga masih terdapat banyak permasalahan terkait dengan penelitian yang akan penulis lakukan.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Dan Manajemen Laba Terhadap Agresivitas Pajak Pada**

Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018”.

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah Penelitian

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas, penulis mengidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut :

1. Setiap perusahaan yang melakukan bisnis tentunya memberikan dampak bagi lingkungan sekitarnya baik dampak secara langsung maupun tidak langsung. Dengan adanya dampak tersebut menuntut perusahaan untuk ikut andil dan bertanggung jawab dalam menjaga lingkungan sekitar dengan baik dengan melaksanakan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
2. Perusahaan besar seringkali melakukan manajemen laba dalam proses pelaporan keuangan suatu organisasi karena mereka mengharapkan suatu manfaat dari tindakan tersebut. Tindakan manajemen laba merupakan tindakan yang sering dilakukan oleh manajemen dalam proses penyusunan laporan keuangan sehingga dapat menaikkan atau menurunkan laba akuntansi sehingga dapat berpengaruh pada agresivitas pajak suatu perusahaan.
3. Semakin besar perusahaan maka semakin memiliki dorongan yang lebih untuk melakukan agresivitas pajak dibandingkan dengan perusahaan yang

kecil. Perusahaan besar seringkali menjadi perhatian pemerintah terutama masalah pajak sehingga seringkali mendapatkan tuntutan untuk melaporkan informasi laba dengan baik. Tuntutan tersebut seringkali menjadikan perusahaan untuk berupaya mengatur pajak dengan melaporkan kegiatan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan melakukan manajemen laba, dengan begitu maka perusahaan sering melakukan agresivitas pajak, agar biaya yang dikeluarkan perusahaan tidak terlalu besar.

1.2.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka penulis menetapkan rumusan masalah yang akan diteliti, sebagai berikut :

1. Bagaimana Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018
2. Bagaimana Manajemen Laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018
3. Bagaimana Agresivitas Pajak pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018
4. Seberapa besar pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018

5. Seberapa besar pengaruh Manajemen Laba terhadap Agresivitas Pajak pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018.
2. Untuk mengetahui Manajemen Laba pada perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018.
3. Untuk mengetahui Agresivitas Pajak pada perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak pada perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018.

5. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Manajemen Laba terhadap Agresivitas Pajak pada perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan dan kemajuan dibidang akuntansi khususnya pada materi akuntansi perpajakan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini merupakan suatu hal yang dapat menimbulkan manfaat baik bagi penulis, bagi perusahaan maupun bagi pembaca pada umumnya. Adapun manfaat-manfaat yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

- a. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai metode penelitian yang menyangkut masalah akuntansi perpajakan pada umumnya, serta pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan manajemen laba terhadap agresivitas pajak berdasarkan teori-teori yang diperoleh dari hasil kuliah dan mengaplikasikannya pada kenyataan bisnis.

- b. Bagi Perusahaan

- Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan atau sumbangan pemikiran dalam hal Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, manajemen laba, dan agresivitas pajak.
- Memberikan gambaran mengenai Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, manajemen laba, dan pengaruhnya terhadap agresivitas pajak.
- Diperoleh untuk merencanakan suatu strategi baru yang dapat berguna untuk pengambilan keputusan perusahaan.

c. Bagi pihak lain

Penelitian ini dapat memberikan suatu tambahan pengetahuan dan dapat menjadi bahan referensi khususnya bagi pihak-pihak yang mengkaji topik-topik yang berkaitan dengan perpajakan khususnya pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan manajemen laba terhadap agresivitas pajak yang dibahas pada penelitian ini.

d. Bagi Investor

Peneliti berharap penelitian ini dapat membantu investor dalam mempertimbangkan keputusan investasinya.

e. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan pertimbangan untuk dapat dikaji lebih lanjut.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018. Data penelitian diperoleh penulis dari media elektronik melalui situs internet www.idx.co.id , sahamok.com dan waktu penelitian dilakukan pada periode 2014-2018.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Ruang Lingkup Akuntansi Perpajakan

2.1.1.1 Akuntansi

A. Pengertian Akuntansi

Menurut Reeve, Warren, dan Duchac (2009:3), mengemukakan definisi akuntansi adalah sebagai berikut :

“accounting is an information system that provides reports to users about the economic activities and condition of a business .”

Menurut Harrison, Horngren, Thomas (2007:3) pengertian akuntansi adalah sebagai berikut :

“accounting is an information system, it measures business activities, procedures data into reports, and communicates results to people. Accounting is the language of business, than better you understand the language, the better you can manage your finances”.

Menurut Rudianto (2012:5) mengemukakan pengertian akuntansi adalah sebagai berikut :

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

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, sampai pada pemahaman penulis bahwa akuntansi merupakan proses mengidentifikasi, mengukur, dan menyampaikan informasi atau kejadian ekonomi, dengan maksud untuk mendapatkan penilaian dan membantu para pengguna informasi guna mengambil keputusan.

B. Bidang-Bidang Akuntansi

Tumbuhnya bidang-bidang khusus di lapangan akuntansi dikarenakan adanya kemajuan teknologi dan perekonomian karena kemampuan dari seseorang terhadap cabang ilmu sangat terbatas. Berikut ini bidang-bidang akuntansi menurut V.Wiratna Sujarweni (2016:6) adalah :

1. “akuntansi keuangan
akuntansi keuangan adalah salah satu bidang ilmu akuntansi yang mempelajari bagaimana cara untuk membuat laporan keuangan yang berguna untuk pihak dalam dan pihak luar perusahaan. Hasil dari akuntansi keuangan berupa laporan keuangan perusahaan (neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan modal, laporan arus kas, catatan atas laporan keuangan).
2. akuntansi manajemen
akuntansi manajemen adalah salah satu bidang ilmu akuntansi yang mempelajari bagaimana cara menghasilkan informasi keuangan untuk pihak manajemen yang selanjutnya akan digunakan untuk pengambilan keputusan. Umumnya informasi yang dihasilkan sifatnya lebih dalam dan biasanya tidak dipublikasikan. Hasil dari akuntansi manajemen adalah berupa keputusan bidang keuangan.
3. akuntansi biaya
akuntansi biaya adalah bidang akuntansi yang berkaitan dengan perencanaan, penetapan, serta pengendalian biaya produksi. Objek yang utama dalam akuntansi biaya adalah biaya produksi, jadi jelas

akuntansi biaya dipergunakan untuk memproduksi bahan baku atau bahan mentah menjadi barang jadi. Aktivitas menghitung biaya-biaya yang timbul dalam kegiatan produksi kemudian membandingkannya dengan biaya yang berdasarkan taksiran. Akuntansi biaya hanya terjadi di perusahaan manufaktur yang kegiatan utamanya adalah memproduksi barang mentah menjadi barang jadi. Bukan pada perusahaan jasa ataupun perusahaan dagang.

4. akuntansi perpajakan
akuntansi perpajakan adalah salah satu bidang ilmu akuntansi yang mempelajari perhitungan pajak. Hasil dari akuntansi perpajakan adalah berupa hasil perhitungan pajak perusahaan yang disetorkan ke negara.
5. pemeriksaan akuntansi
pemeriksaan akuntansi adalah salah satu bidang ilmu akuntansi yang mempelajari bagaimana memeriksa hasil pencatatan dan laporan keuangan yang sudah dihasilkan oleh perusahaan. Hasil dari pemeriksaan akuntansi adalah berupa laporan hasil pemeriksaan dari laporan keuangan suatu perusahaan.
6. akuntansi anggaran
akuntansi anggaran adalah bidang akuntansi yang berkaitan dengan penyusunan sebuah rencana pengeluaran perusahaan dan kemudian membandingkan dengan pengeluaran aktual. Akuntansi anggaran mengurai aktivitas keuangan untuk sebuah jangka waktu tertentu yang juga dijalankan dengan sistem analisa dan pengawasan. Sebenarnya, akuntansi anggaran ini adalah bagian dari akuntansi manajemen.
7. akuntansi pemerintahan
akuntansi pemerintahan adalah merupakan bidang akuntansi yang mengkhususkan diri dalam pencatatan dan pelaporan transaksi-transaksi yang ada di instansi pemerintah dan menghasilkan laporan keuangan pemerintahan.
8. akuntansi pendidikan
akuntansi pendidikan fokus kegiatannya diarahkan kepada bidang pendidikan, semisal terlihat kegiatan belajar mengajar bidang akuntansi, penyusunan kurikulum, penelitian tentang akuntansi, serta lainnya yang berhubungan dengan perkembangan ilmu akuntansi.
9. sistem akuntansi
sistem akuntansi adalah salah satu bidang ilmu akuntansi yang mempelajari prosedur-prosedur akuntansi yang ada dalam perusahaan, misalnya prosedur penjualan, pembelian, penggajian dan lainnya. Hasil dari sistem akuntansi adalah berupa informasi sistem-sistem yang berhubungan dengan akuntansi yang digunakan di perusahaan.
10. akuntansi internasional

akuntansi internasional meliputi permasalahan yang timbul atas transaksi-transaksi perdagangan lintas negara (internasional) yang umumnya terjadi pada perusahaan-perusahaan multinasional”.

Bidang-bidang akuntansi di bagi menjadi 10 (sepuluh) bidang, dalam penelitian ini bidang akuntansi yang akan digunakan oleh penulis yaitu Akuntansi Perpajakan.

C. Pengertian Akuntansi Perpajakan

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

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

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

“akuntansi pajak adalah sekumpulan prinsip, standar, perlakuan akuntansi pajak digunakan untuk mempermudah Surat Pemberitahuan Pajak (SPT) Masa Tahunan pajak penghasilan dimana wajib pajak tersebut harus terdaftar. SPT Tahunan pajak penghasilan harus diisi sesuai dengan laporan keuangan fiskal dan harus dilampirkan antara akuntansi komersial dengan akuntansi pajak terdapat perbedaan kebijakan dalam hal pengukuran pendapatan biaya.”

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa akuntansi pajak adalah pencatatan transaksi yang hanya berhubungan dengan pajak untuk mempermudah penyusunan surat pemberitahuan pajak (SPT) masa dan tahunan pajak penghasilan. Akuntansi pajak tercipta karena adanya suatu prinsip dasar yang di

atur dalam undang-undang perpajakan dan pembentukannya terpengaruh oleh fungsi perpajakan dalam mengimplementasikan sebagai kebijakan pemerintah.

2.1.1.2 Laporan Keuangan

A. Pengertian Laporan Keuangan

Menurut Irham Fahmi (2014:2) pengertian laporan keuangan adalah :

“Laporan keuangan adalah suatu sistem yang menggambarkan kondisi keuangan suatu perusahaan dan lebih jauh informasi tersebut dapat digunakan sebagai gambaran kinerja keuangan perusahaan tersebut.”

Menurut Munawir (2010:5) pengertian laporan keuangan adalah :

“laporan keuangan terdiri dari neraca dan suatu perhitungan laba-rugi serta laporan mengenai perubahan ekuitas. Neraca tersebut menunjukkan atau menggambarkan jumlah suatu aset, kewajiban dan juga mengenai ekuitas dari suatu perusahaan pada tanggal tertentu.”

Menurut Kieso (2011:5) laporan keuangan adalah :

“The financial statement most frequently provided are (1) the statement of financial statements position, (2) the income statement or statement of comprehensive income, (3) the statement of cash flows, and (4) the statement of changes in equity. Note disclosures are an integral part of each financial statement.”

B. Tujuan Laporan Keuangan

Menurut Sofyan Syafri Harahap (2013:126) tujuan umum laporan keuangan adalah sebagai berikut :

1. “memberikan informasi yang terpercaya tentang sumber-sumber ekonomi dan kewajiban perusahaan dengan maksud :
 - a. Untuk menilai kekuatan dan kelemahan perusahaan;

- b. Untuk menunjukkan posisi keuangan dan investasinya;
 - c. Untuk menilai kemampuannya dalam menyelesaikan utang-utangnya;
 - d. Menunjukkan kemampuan sumber-sumber kekayaan yang dimiliki perusahaan tersebut untuk pertumbuhan perusahaan.
2. Memberikan informasi yang terpercaya tentang sumber kekayaan bersih yang berasal dari kegiatan usaha dalam mencari laba dengan maksud :
 - a. Memberikan gambaran tentang dividen yang diharapkan pemegang saham;
 - b. Menunjukkan kemampuan perusahaan untuk membiayai kewajiban kepada kreditor, supplier, pegawai, pajak, dan mengumpulkan dana untuk perluasan perusahaan;
 - c. Memberikan informasi kepada manajemen untuk digunakan dalam pelaksanaan fungsi perencanaan dan pengawasan;
 - d. Menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan mendapatkan laba dalam jangka panjang.
 3. Menaksir informasi keuangan yang dapat digunakan untuk menaksir potensi perusahaan dalam menghasilkan laba.
 4. Memberikan informasi yang diperlukan tentang perubahan harta dan kewajiban.
 5. Mengungkapkan informasi yang relevan yang dibutuhkan para pemakai laporan keuangan.”

C. Karakteristik Laporan Keuangan

Menurut Irham Fahmi (2014:8) kondisi dan situasi yang tergambarkan pada laporan keuangan akan menjadi informasi keuangan, dan selanjutnya informasi tersebut akan dijadikan sebagai salah satu rujukan dalam pengambilan keputusan, harus disadari oleh pihak manajer keuangan khususnya akuntan pembuat laporan keuangan bahwa ada 4 (empat) karakteristik utama laporan keuangan yang harus dipenuhi. Keempat karakteristik tersebut yakni :

1. “dapat dipahami

Suatu informasi bermanfaat apabila dipahami oleh para penggunanya. Para pengguna laporan keuangan adalah pihak-pihak yang berasal dari berbagai kalangan dan latar belakang pendidikan, profesi, dan budaya yang berbeda-beda. Laporan keuangan harus disajikan dengan bahasa yang sederhana, singkat, formal, dan mudah dipahami. Laporan keuangan sering diharuskan menggunakan istilah-istilah ilmu keuangan atau

industri yang sulit dipahami oleh orang-orang awam. Penyajian informasi tersebut tetap harus dilakukan karena sangat relevan bagi sebagian pengguna laporan keuangan.

2. Relevan

Informasi yang ada pada laporan keuangan harus relevan dengan pengambilan keputusan. Agar relevan, informasi yang ada pada laporan keuangan harus memiliki nilai prediktif sehingga dapat digunakan dalam melakukan prediksi keuangan. Suatu informasi dikatakan relevan apabila disajikan dengan memperhatikan prinsip materialitas.

3. Dapat dipercaya

Informasi yang ada pada laporan keuangan akan sangat bermanfaat apabila disajikan dengan andal dan dapat dipercaya. Suatu laporan keuangan dapat dipercaya apabila disajikan secara jujur. Laporan keuangan juga harus disajikan dengan prinsip kehati-hatian dan lengkap.

4. Dapat dibandingkan

Informasi yang ada pada laporan keuangan harus memiliki sifat daya banding. Untuk mencapai kualitas tersebut, laporan keuangan harus disajikan secara komparatif dengan tahun-tahun sebelumnya. Laporan keuangan yang disajikan secara komparatif sangat bermanfaat karena dapat digunakan untuk melakukan prediksi keuangan. Agar memiliki daya banding, laporan keuangan juga harus menggunakan teknik-teknik dan basis-basis pengukuran yang konsisten.”

D. Jenis-jenis Laporan Keuangan

Berdasarkan Pernyataan Standar Akuntansi (PSAK) Nomor 1 Tahun 2012 menyebutkan ada lima jenis laporan keuangan, diantaranya :

1. “Laporan Laba Rugi
Digunakan untuk mengetahui apakah perusahaan mengalami keuntungan atau kerugian dalam periode tertentu.
2. Laporan Perubahan Modal
Digunakan untuk mengetahui apakah modal perusahaan bertambah atau berkurang dalam satu periode tertentu.
3. Neraca

Digunakan untuk mengetahui jumlah harta, utang, dan modal perusahaan dalam satu periode tertentu.

4. Laporan Arus Kas
Digunakan untuk mengetahui berapa penambahan ataupun pengurangan kas perusahaan dalam satu periode tertentu.
5. Catatan Atas Laporan Keuangan
Digunakan untuk menjelaskan secara rinci atau detail mengenai keadaan perusahaan.

2.1.1.3 Pajak

A. Definisi Pajak

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

“pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.”

Menurut Mardiasmo (2016:1) definisi pajak adalah:

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

Menurut Siti Resmi (2017:1) definisi pajak adalah:

“pajak sebagai suatu kewajiban menyerahkan sebagian dari kekayaan ke kas negara yang disebabkan suatu keadaan, kejadian, dan perbuatan yang memberikan kedudukan tertentu, tetapi bukan sebagai hukuman, menurut peraturan yang ditetapkan pemerintah serta dapat dipaksakan, tetapi tidak ada jasa timbal balik dari negara secara langsung untuk memelihara kesejahteraan secara umum.”

Dari beberapa definisi di atas menunjukkan bahwa pajak merupakan iuran rakyat kepada kas negara dan merupakan kontribusi wajib kepada negara yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung, tetapi digunakan untuk pengeluaran-pengeluaran negara dan sebesar-besarnya kemakmuran rakyat secara umum.

B. Ciri-ciri Pajak

Menurut Siti Resmi (2017:2) ciri-ciri yang melekat pada definisi pajak adalah sebagai berikut:

1. “pajak dipungut berdasarkan atau dengan kekuatan undang-undang serta aturan pelaksanaannya.
2. dalam pembayaran pajak tidak dapat ditunjukkan adanya kontraprestasi individual oleh pemerintah.
3. pajak dipungut oleh negara, baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah.
4. pajak diperuntukkan bagi pengeluaran-pengeluaran pemerintah, yang bila dari pemasukannya masih terdapat surplus, digunakan untuk membiayai *public investment*.”

C. Fungsi Pajak

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

Terdapat dua fungsi pajak menurut Siti Resmi (2017: 3) yaitu:

1. fungsi *budgetair* (sumber keuangan negara)
pajak merupakan salah satu sumber penerimaan pemerintah untuk membiayai pengeluaran, baik rutin maupun pembangunan, sebagai

sumber keuangan negara, pemerintah berupaya memasukkan uang sebanyak-banyaknya untuk kas negara.

2. fungsi *regularend* (pengatur)
pajak sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi serta mencapai tujuan-tujuan tertentu di luar bidang keuangan”.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa fungsi pajak sebagai sumber penerimaan bagi negara untuk membiayai pembangunan dan pengeluaran rutin, selain itu juga sebagai alat pengatur dalam kebijakan pemerintah di bidang sosial dan ekonomi.

D. Kedudukan Hukum Pajak

Menurut Siti Resmi (2017:4) Hukum Pajak mempunyai kedudukan sebagai hukum-hukum berikut:

1. “hukum publik
hukum yang mengatur hubungan antara penguasa dan warganya. Hukum publik memuat cara-cara untuk mengatur pemerintahan. Yang termasuk hukum publik antara lain hukum tata negara, hukum pidana, dan hukum administratif, sedangkan pajak merupakan bagian dari hukum administratif.
2. hukum perdata
kebanyakan hukum pajak mencari dasar kemungkinan pemungutannya atas kejadian-kejadian, keadaan-keadaan, dan perbuatan-perbuatan hukum yang tercakup dalam lingkungan perdata, seperti pendapatan, kekayaan, perjanjian penyerahan, pemindahan hak waris, dan lain sebagainya.
3. hukum pidana
dalam peraturan pajak, terdapat sanksi yang bersifat khusus. Sanksi ini menjadi dua macam yaitu sanksi administrasi dan sanksi pidana, yang masing-masing dari sanksi tersebut memiliki hukuman dari yang ringan berupa denda sampai yang berat berupa pidana penjara”.

E. Jenis Pajak

Menurut Agoes dan Estralita (2013:7) jenis pajak dikelompokkan menjadi tiga, antara lain:

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

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa jenis pajak dapat dibagi menjadi beberapa menurut sifatnya, sasaran/objeknya, dan lembaga pemungutnya. Pajak menurut sifatnya yaitu pajak yang ditanggung oleh pribadi atau dibebankan kepihak ketiga, pajak menurut sasaran/objeknya yaitu pajak yang memerlihatkan keadaan subjek atau objek. Sedangkan pajak menurut pemungutnya yaitu pajak yang dipungut oleh pemerintah.

F. Tata Cara Pemungutan Pajak

Menurut Waluyo (2011:160) mengemukakan tentang cara pemungutan Pajak dilakukan berdasarkan tiga stelsel adalah sebagai berikut:

1. “stelsel nyata (*riil stelsel*)
penaan pajak didasarkan pada objek (penghasilan) yang nyata, sehingga pemungutannya baru dapat dilakukan pada akhir tahun pajak, yakni setelah penghasilan yang sesungguhnya telah dapat diketahui, kelebihan stelsel ini adalah pajak yang dikenakan lebih realistis. Kelemahannya adalah pajak baru dapat dikenakan pada akhir periode (setelah penghasilan riil diketahui).
2. stelsel anggapan (*fictive stelsel*)
penaan pajak didasarkan pada suatu anggapan yang diatur oleh undang-undang, sebagai contoh: penghasilan suatu tahun dianggap sama dengan tahun sebelumnya sehingga awal tahun pajak telah dapat ditetapkan besarnya pajak yang terutang untuk tahun pajak berjalan. Kelebihan stelsel ini adalah pajak yang dibayar selama tahun berjalan, tanpa harus menunggu akhir tahun. Kelemahannya adalah pajak yang dibayar tidak berdasarkan pada keadaan yang sesungguhnya.
3. stelsel campuran
stelsel ini merupakan kombinasi antara stelsel nyata dan stelsel anggapan. Pada awal tahun, besarnya pajak dihitung berdasarkan suatu anggapan, kemudian pada akhir tahun besarnya pajak disesuaikan dengan keadaan yang sebenarnya. Apabila besarnya pajak menurut kenyataan lebih besar dari pada pajak menurut anggapan, maka Wajib Pajak harus menambah kekurangannya. Demikian pula sebaliknya, apabila lebih kecil, maka kelebihanannya dapat diminta kembali”.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa cara pemungutan pajak dibagi menjadi tiga. Berdasarkan dengan cara stelsel nyata (*riil stelsel*) yaitu pemungutannya baru dilakukan pada akhir tahun pajak, stelsel anggapan (*fictive stelsel*) yaitu pengenaan pajak yang didasari oleh suatu anggapan berdasarkan undang-undang, dan stelsel campuran yaitu merupakan dari keduanya secara kombinasi.

2.1.2 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

2.1.2.1 Pengertian Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut *Global Reporting Initiative* (GRI) pengertian corporate social responsibility adalah :

“Volunteer disclosure of information, both qualitative, and quantitative made by organization to inform or influence of range of audience. The quantitative disclosure may be in financial or non-financial terms”.

Menurut Rahmawati (2012:180) pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah:

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

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

*“konsep dari pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mengandung arti bahwa organisasi bukan lagi sebagai entitas yang hanya*

mementingkan diri sendiri (*selfish*). Sehingga teralienasi dari lingkungan masyarakat di tempat mereka bekerja, melainkan sebuah entitas usaha yang wajib melakukan adaptasi kultural dengan lingkungan sosialnya. Konsep ini menyediakan jasa bagi setiap perusahaan untuk melibatkan dirinya dengan dimensi sosial dan memberi perhatian terhadap dampak sosial yang ada.”

Menurut Untung (2010:1) bahwa Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah :

“Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan”.

Menurut Sembiring dalam Rahmawati (2012:183) menyatakan bahwa Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah :

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

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

2.1.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Rusdianto (2013:44), faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yaitu:

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

2.1.2.3 Ruang Lingkup Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Brodshaw dan Vogel dalam Azheri (2012:36) menyatakan ada 3 (tiga) dimensi yang harus diperhatikan, sehubungan dengan ruang lingkup pengungkapan CSR, yaitu :

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

2.1.2.4 Teori-teori yang Melandasi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

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

1. Teori *Stakeholder*

Teori ini menyatakan bahwa kesuksesan dan hidup matinya suatu perusahaan sangat bergantung pada kemampuannya menyeimbangkan berbagai kepentingan dari para *Stakeholder* atau pemangku kepentingan. Jika mampu, maka perusahaan akan meraih dukungan yang berkelanjutan dan menikmati pertumbuhan pasar, penjualan, serta laba. Dalam perspektif teori stakeholder, masyarakat dan lingkungan merupakan stakeholder inti perusahaan yang harus diperhatikan.

2. Teori legimitasi

Dalam perspektif teori legimitasi, perusahaan dan komunitas sekitarnya memiliki relasi sosial yang erat karena keduanya terikat dalam suatu “*social contract*”. Teori *Social Contract* (kontrak sosial) menyatakan bahwa keberadaan perusahaan dalam suatu area karena didukung secara politis dan dijamin oleh regulasi pemerintah serta parlemen yang juga merupakan representasi dari masyarakat. Dengan demikian ada kontrak sosial secara tidak langsung antara perusahaan dan masyarakat dimana masyarakat memberi cost dan benefits untuk keberlanjutan suatu korporasi. Karena itu, CSR merupakan suatu kewajiban asasi perusahaan yang tidak bersifat sukarela.

3. Teori Sustainability Korporasi

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

4. *Political economy*

Menurut teori ini, domain ekonomi tidak dapat diisolasi dari lingkungan dimana transaksi-transaksi ekonomi dilanjutkan. Laporan keuangan ekonomi perusahaan merupakan dokumen sosial dan politik serta juga dokumen ekonomi. Karena tidak dapat diisolasi dari masyarakat dan lingkungan, perusahaan wajib memperhatikan dan melaksanakan CSR.

5. Teori Keadilan

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

2.1.2.5 Indikator Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Global Reporting Initiative (GRI, 2014) yang merupakan panduan pelaporan perusahaan untuk mendukung pembangunan berkelanjutan yang digagas oleh PBB lewat *Coalition For Environmental Economies* (CERES) dan (UNEP) pada tahun 1997. GRI merupakan organisasi non-profit yang mempromosikan keberlanjutan sosial, ekonomi, dan lingkungan. GRI menyediakan kerangka pelaporan keberlanjutan yang komprehensif bagi semua perusahaan dan organisasi yang banyak digunakan diseluruh dunia. Pedoman pengungkapan GRI terdiri dari G3, G3.1, dan G4. G3 atau yang sering dikenal dengan G 3.0 merupakan versi awal dari pedoman GRI yang terdiri dari 79 indikator yang merupakan pedoman yang sering digunakan sampai saat ini. G3.1 merupakan versi pengembangan G3 yang didalamnya terkandung 84 indikator termasuk 79 indikator yang digunakan sebelumnya pada G3 dengan beberapa perubahan dan tambahan-tambahan lainnya yang dinilai lebih menyempurnakan pedoman GRI. G4 merupakan pedoman terbaru yang memiliki 91 indikator. (www.globalreporting.org)

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

1. Indikator Kinerja Ekonomi (*Economic Performance Indicator*)
2. Indikator Kinerja Lingkungan (*Environmental Performance Indicator*)
3. Indikator Kinerja Sosial (*Social Performance Indicators*), terdiri dari 4 aspek, yaitu :

- 1) Indikator kinerja praktik kerja & kelayakan kerja (*Labor Practice & Decent Work Performance Indicator*)
- 2) Indikator Hak Asasi Manusia (*Human Rights Performance Indicator*)
- 3) Indikator kinerja masyarakat (*Society Performance Indicator*)
- 4) Indikator kinerja tanggung jawab produk (*Product Responsibility Performance Indicator*)

Tabel 2.1

91 Indikator Pengungkapan Corporate Social Responsibility berdasarkan GRI-G4

KATEGORI	KODE	KETERANGAN
KATEGORI EKONOMI		
-Kinerja Ekonomi	EC1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan
	EC2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim
	EC3	Cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti
	EC4	Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah
-Keberadaan Pasar	EC5	Rasio upah standar pegawai pemula (<i>entry level</i>) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional dilokasi-lokasi operasional yang signifikan
	EC6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal dilokasi operasi yang signifikan
-Dampak Ekonomi Tidak Langsung	EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan
	EC8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak
	EC9	Perbandingan dari pembelian pemasok lokal dioperasional yang signifikan
KATEGORI LINGKUNGAN		
-Bahan	EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat

		atau volume
	EN2	Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang
-Energi	EN3	Konsumsi energi dalam organisasi
	EN4	Konsumsi energi diluar organisasi
	EN5	Intensitas Energi
	EN6	Pengurangan konsumsi energi
-Air	EN7	Konsumsi energi diluar organisasi
	EN8	Total pengambilan air berdasarkan sumber
	EN9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
	EN10	Presentasi dan total volume air yang didaur ulang dandigunakan kembali
-Keanekaragaman Hayati	EN11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola didalam, atau yang berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung.
	EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati dikawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung.
	EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan
	EN14	Jumlah total spesies dalam <i>iunc res list</i> dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat ditempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risio kepunahan.
-Emisi	EN15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (Cakupan 1)
	EN16	Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung (Cakupan 2)
	EN17	Emisi dan gas rumah kaca (GRK) tidak langsung lainnya (Cakupan 3)
	EN18	Intensitas emisi gas rumah kaca (GRK)
	EN19	Pengurangan emisi gas rumah kaca (GRK)
	EN20	Emisi bahan perusak ozon (BPO)
	EN21	NOX, SOX, dan emisi udara signifikan lainnya.
-Efluen dan Limbah	EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
	EN23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
	EN24	Jumlah dan volume total tumpahan

		signifikan.
	EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi Basel 2 Lampiran I, II, III, dan VII yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan presentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
	EN26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari bahan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkena dampak dari pembuangna dan air limpasan dari organisasi.
-Produk dan Jasa	EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap dampak lingkungan produk dan jasa
	EN28	Presentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasi menurut kategori
-Kepatuhan	EN29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan.
-Transportasi	EN30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk barang dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi, dan pengangkutan tenaga kerja.
-Lain-lain	EN31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis
-Assesment Pemasok Atas Lingkungan	EN32	Presentasi 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 resmi
KATEGORI SOSIAL SUB KATEGORI : PRAKTEK KETENAGAKERJAAN DAN KENYAMANAN BEKERJA		
-Kepegawaian	LA1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru, dan turnover karyawan 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	Presentasi total kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen-pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja
	LA6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender.
	LA7	Pekerja yang sering terkena atau berisiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka
	LA8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja
-Pelatihan dan Pendidikan	LA9	Jam pelatihan rata-rata pertahun per karyawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan
	LA10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purnabakti
	LA11	Presentase karyawan yang menerima review kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan
-Keberagaman dan Kesetaraan Peluang	LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan perkategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya.
	LA13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan berdasarkan lokasi operasional yang signifikan
-Assesment Pemasok Terkait Praktik	LA14	Presentase penampisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik

Ketenagakerjaan		ketenagakerjaan
	LA15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai paokan dan tindakan yang diambil
	LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, dan ditangani.
SUB-KATEGORI : HAK ASASI MANUSIA		
-Investasi	HR1	Jumlah total dan presentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia
	HR2	Jumlah waktu pelantikan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi, termasuk presentase karyawan yang dilatih
-Non Diskriminasi	HR3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan korektif yang diambil
-Kebebasan Berserikat dan Perjanjian kerja bersama	HR4	Operasi pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau berisiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hal-hal tersebut
-Pekerja Anak	HR5	Operasi dan pemasok yang teridentifikasi berisiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif
-Pekerja Paksa atau Wajib Kerja	HR6	Operasi dan pemasok yang teridentifikasi berisiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja
-Praktik Pengamanan	HR7	Presentase 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
-Assesment	HR9	Jumlah total dan presentase operasi yang telah melakukan review atau assesment

		dampak hak asasi manusia
-Assesment Pemasok atas Hak Asasi Manusia	HR10	Presentase 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 mekanisme pengaduan formal
SUB-KATEGORI MASYARAKAT		
-Masyarakat Lokal	SO1	Presentase operasi dengna pelibatan masyarakat lokal, assesment dampak, dan program pengembangan yang diterapkan
	SO2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal
-Anti Korupsi	SO3	Jumlah total dan presentase operasi yang dinilai terhadap 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-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya
-Kepatuhan	SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan
-Assesment Pemasok Atas Dampak terhadap Masyarakat	SO9	Presentase penampisan pemasok baru menggunakna kriteria untuk dampak terhadap masyarakat
	SO10	Dampak negatif faktual 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

SUB-KATEGORI : TANGGUNG JAWAB ATAS PRODUK		
-Kesehatan, Keselamatan Pelanggan	PR1	Presentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan
	PR2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup menurut jenis hasil
-Pelabelan Produk dan Jasa	PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta presentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis
	PR4	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa menurut jenis hasil
	PR5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan
-komunikasi pemasaran	PR6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan
	PR7	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi dan sponsor, menurut jenis hasil
-Privasi Pelanggan	PR8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan
	PR9	Nilai moneter benda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa.

Sumber : *Global Reporting Initiative (GRI)*

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

$$\text{CSRI}_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j} \times 100\%$$

Keterangan :

CSRI_j : Corporate Social Responsibility Index Perusahaan j

X_{ij} : Jumlah item Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan j

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

2.1.3 Manajemen Laba

2.1.3.1 Pengertian Manajemen Laba

Informasi laba sebagai bagian dari laporan keuangan sering menjadi target rekayasa mealui tindakan oportunities manajemen untuk memaksimalkan kepuasannya, tetapi dapat merugikan pemegang saham atau investor. Tindakan oportunities tersebut dilakukan dengan cara memilih kebijakan akuntansi tertentu, sehingga laba perusahaan dapat diatur sesuai dengan keinginannya, perilaku manajemen untuk mengatur laba sesuai keinginannya tersebut dikenal dengan istilah manajemen laba.

Praktik manajemen laba dapat dipandang dari dua perspektif yang berbeda yaitu sebagai tindakan yang salah (negatif) dan tindakan yang seharusnya (positif). Manajemen laba dikatakan negatif jika dilihat sebagai perilaku oportunities manajer untuk memaksimalkan utilitasnya dalam menghadapi kontrak kompensasi, kontrak utang, dan *political cost*, sedangkan manajemen laba yang disebut positif jika dilihat dari perspektif *effecient earnings management*

dimana manajemen laba memberikan manajer suatu fleksibilitas untuk melindungi diri mereka dan perusahaan dalam mengantisipasi kejadian-kejadian yang tidak terduga untuk kepentingan pihak-pihak yang terlibat dalam kontrak.

Sedangkan menurut teori keagenan manajemen laba dapat terjadi karena adanya kepentingan yang berbeda antara *principal* (pemilik perusahaan) dengan *agen* (pengelola). Hal ini karena pengelola memiliki informasi mengenai perusahaan yang tidak dimiliki oleh pemegang saham dan mempergunakannya untuk meningkatkan utilitasnya.

Menurut Ilham Fahmi (2014:321) manajemen laba didefinisikan sebagai berikut :

”earnings management (manajemen laba) adalah suatu tindakan yang mengatur laba sesuai dengan yang dikehendaki oleh pihak tertentu atau terutama oleh manajemen perusahaan (company management). Tindakan manajemen laba sebenarnya didasarkan oleh berbagai tujuan dan maksud-maksud yang terkandung didalamnya.”

Menurut Charles W. Mulford & Eugene E. Comiskey yang dialihbahasakan oleh Aurolla Saparini Harahap (2010:81) manajemen laba didefinisikan sebagai berikut :

“manajemen laba adalah manipulasi akuntansi dengan tujuan menciptakan kinerja perusahaan agar terkesan lebih baik dari sebenarnya”.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen laba merupakan suatu tindakan yang dilakukan manajer dengan cara

memanipulasi data atau informasi akuntansi agar jumlah laba yang tercatat dalam laporan keuangan dapat sesuai dengan tujuan tertentu perusahaan.

2.1.3.2 Faktor Penyebab Perusahaan Melakukan Manajemen Laba

Menurut Ilham Fahmi (2013:279) ada beberapa faktor yang menyebabkan perusahaan melakukan manajemen laba yaitu :

1. “standar akuntansi keuangan (SAK) memberikan fleksibilitas kepada manajemen untuk memilih prosedur dan metode akuntansi untuk mencatat semua fakta tertentu dengan cara yang berbeda, seperti FIFO, LIFO dan AVERAGE dalam menetapkan harga pokok persediaan, metode depresiasi aktiva tetap dan sebagainya.
2. SAK memberikan fleksibilitas kepada pihak manajemen untuk dapat menggunakan judgement dalam menyusun estimasi.
3. pihak manajemen perusahaan berkesempatan untuk merekayasa transaksi dengan cara menggeser pengukuran biaya dan pendapatan.”

Faktor lain timbulnya manajemen laba adalah hubungan yang bersifat asimetris informasi yang pada awalnya didasarkan karena *conflict of interest* antara *agent* dengan *parsial*. *Agent* adalah manajemen perusahaan (internal) dan *parsial* adalah komisaris perusahaan (eksternal). Pihak *parsial* disini adalah tidak hanya komisaris perusahaan tetapi juga termasuk kreditur, pemerintah dan lainnya.

2.1.3.3 Motivasi Manajemen Laba

Menurut Subramanyam, KR., & Wild, Jhon J yang dialih bahasakan oleh Dewi Yanti (2010:132) mencatat ada tiga alasan yang dapat memicu manajer melakukan manajemen laba. Ketiga motivasi tersebut adalah sebagai berikut :

1. “intensif perpajakan
Banyak perjanjian yang menggunakan angka akuntansi. Misalnya perjanjian kompensasi manajer biasanya mencakup bonus

berdasarkan laba. Perjanjian bonus memiliki batas atas dan bawah, artinya manajer tidak dapat bonus lebih tinggi dari batas atas. Hal ini berarti manajer memiliki intensif untuk meningkatkan atau mengurangi laba berdasarkan tingkat laba yang belum diubah terkait dengan batas atas dan bawah ini. Jika laba yang belum diubah berada diantara batas atas dan bawah, manajer memiliki intensif untuk meningkatkan laba. Saat laba lebih tinggi dari batas atas atau lebih rendah dari batas bawah, manajer memiliki intensif untuk menurunkan laba dan membuat cadangan untuk bonus masa depan.

2. dampak harga saham
Manajer dapat meningkatkan laba untuk menaikkan harga saham perusahaan. Manajer juga dapat melakukan perataan laba untuk menurunkan persepsi pasar akan risiko dan menurunkan biaya modal.
3. intensif lain
Terdapat beberapa alasan manajemen laba lainnya. Laba seringkali diturunkan untuk menghindari biaya politik dan penelitian yang dilakukan badan pemerintah misalnya untuk ketaatan undang-undang antimonopoli. Selain itu perusahaan dapat menurunkan laba untuk memperoleh keuntungan dari pemerintah misalnya subsidi atau proteksi dari persaingan asing.”

2.1.3.4 Pola dan Teknik Manajemen Laba

Menurut Subramanyam, KR & Wild, Jhon J yang dialih bahasakan oleh Dewi Yanti (2010:131) terdapat tiga teknik manajemen laba, yaitu :

1. Meningkatkan laba
Salah satu teknik manajemen laba adalah meningkatkan laba yang dilaporkan pada periode kini untuk membuat perusahaan dipandang lebih baik. Cara ini juga memungkinkan peningkatan laba selama beberapa periode.
2. *Big bath*
Teknik *big bath* dilakukan melalui penghapusan (*write-of*) sebanyak mungkin pada satu periode. Periode yang dipilih biasanya periode dengan kinerja yang buruk (seringkali pada masa resesi dimana perusahaan lain juga melaporkan laba yang buruk) atau peristiwa saat terjadi satu kejadian yang tidak baik seperti perubahan manajemen, merger, atau restrukturisasi. Teknik *big bath* juga seringkali dilakukan setelah strategi peningkatan laba pada periode sebelumnya.
3. Perataan laba

Perataan laba merupakan bentuk umum manajemen laba. Manajer meningkatkan atau menurunkan laba yang dilaporkan untuk mengurangi fluktuasinya. Pemerataan laba juga mencakup tidak melaporkan bagian laba pada periode baik dengan menciptakan cadangan laba dan kemudian melaporkan laba ini pada saat periode buruk. Banyak perusahaan menggunakan bentuk manajemen laba seperti ini.”

2.1.3.5 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Laba

Dalam *Positif Accounting Theory* terdapat tiga faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen laba menurut Sri Sulistiyanto (2008:63) yaitu :

1. *Bonus Plan Hypothesis*

Manajemen akan memilih metode akuntansi yang memaksimalkan utilitasnya yaitu bonus yang tinggi. Manajer perusahaan yang memberikan bonus besar berdasarkan laba lebih banyak menggunakan metode akuntansi yang meningkatkan laba yang dilaporkan.

2. *Debt Covenant Hypothesis*

Manajer perusahaan yang melakukan pelanggaran perjanjian kredit cenderung memilih metode akuntansi yang memiliki dampak meningkatkan laba. Hal ini untuk menjaga reputasi mereka dalam pandangan pihak eksternal.

3. *Political Cost Hypothesis*

Semakin besar perusahaan, semakin besar pula kemungkinan perusahaan tersebut memilih metode akuntansi yang menurunkan laba. Hal tersebut dikarenakan dengan laba yang tinggi pemerintah akan segera mengambil tindakan misalnya; mengenakan peraturan antitrust menaikkan pajak pendapatan perusahaan dan lain-lain.

2.1.4 Agresivitas Pajak

2.1.4.1 Pengertian Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak merupakan tindakan yang umum terjadi di kalangan perusahaan-perusahaan besar di seluruh dunia. Hal ini dikarenakan perusahaan menganggap pajak merupakan beban yang dapat mengurangi pendapatan

perusahaan, akhirnya perusahaan melakukan kegiatan agresivitas pajak yang bertujuan untuk meminimalkan beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan.

Menurut Suyatno dan Supramono (2012:170), bahwa pengertian agresivitas pajak adalah :

“suatu tindakan yang ditujukan untuk menurunkan laba kena pajak melalui perencanaan pajak, baik menggunakan cara yang tergolong atau tidak tergolong *tax evasion*”.

Menurut Suandy (2011:6), pengertian agresivitas pajak adalah :

”merupakan suatu upaya dalam melakukan penghematan pajak secara *legal & illegal* yang dapat dilakukan melalui perencanaan pajak”.

Menurut Lanis & Richardson (2012) :

”tax agresiveness is the downward management of taxable income through tax planning activities that are legal or that may fall into the gray area, as well as activities that are illegal.”

2.1.4.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi dilakukannya tindakan Agresivitas Pajak

Menurut Suandy (2011:2) memaparkan beberapa faktor yang memotivasi wajib pajak untuk melakukan tindakan pajak agresif , antara lain:

1. Jumlah pajak yang harus dibayar. Besarnya jumlah pajak yang harus dibayar oleh wajib pajak, semakin besar pajak yang harus dibayar, semakin besar pula kecenderungan wajib pajak untuk melakukan pelanggaran;

2. Biaya untuk menyuap fiskus. Semakin kecil biaya untuk menyuap fiskus, semakin besar kecenderungan wajib pajak untuk melakukan pelanggaran;
3. Kemungkinan untuk terdeteksi, semakin kecil kemungkinan suatu pelanggaran terdeteksi maka semakin besar kecenderungan wajib pajak untuk melakukan pelanggaran; dan
4. Besar sanksi, semakin ringan sanksi yang dikenakan terhadap pelanggaran, maka semakin besar kecenderungan wajib pajak untuk melakukan pelanggaran.

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

2.1.4.3 Metode Pengukuran Agresivitas Pajak

Saat ini sudah banyak cara dalam pengukuran agresivitas pajak. Setidaknya terdapat dua belas cara yang dapat digunakan dalam mengukur agresivitas pajak yang umumnya digunakan Hanlon dan Heintzman (2010) dimana disajikan dalam Tabel 2.2

Tabel 2.2
Metode Pengukuran Agresivitas Pajak

No	Metode Pengukuran	Cara Perhitungan	Keterangan
1	<i>ETR</i>	$\frac{\text{Income Tax Expense}}{\text{Pre Tax Income}}$	Total tax expense per dollar of pretax book income
2	<i>Current ETR</i>	$\frac{\text{Worldwide Current Income Tax Expense}}{\text{Worldwide Total Pre – Tax Accounting Income}}$	Cash taxes paid per dollar of pre-tax bppk income
3	<i>Cash ETR</i>	$\frac{\text{Worldwide Cash Income Tax Expense}}{\text{Worldwide Total Pre – Tax Accounting Income}}$	Cash taxes paid per dollar of pre-tax bppk income
4	<i>Long Run-Cash ETR</i>	$\frac{\text{Worldwide Income Total Tax Expense}}{\text{Worldwide Total Pre – Tax Accounting Income}}$	Sum of cash taxes paid over n years divided by the sum of pre-tax earnings over years
5	<i>Differential ETR</i>	$\text{Statutory ETR} - \text{GAAP ETR}$	The difference of between the statutory Etr an firm`s GAAP ETR
6	<i>GAAP ETR</i>	$\text{Error Term from the Following Regression : } ETR \text{ Differential} \times \text{Pre-Tax Book Income} = a + bx \text{ control} + e$	The unexplained portion of the ETR differential
7	<i>Total BTD</i>	$\text{Pre-Tax Book Income} - (((\text{U.S CTE} + \text{fgn CTE})/\text{U.S STR}) - (\text{NOL}_t - \text{NOL}_{t-1}))$	The total difference between book and taxable income
8	<i>Temporary BTD</i>	$\text{Deferred Tax Expense}/\text{U.S STR}$	The total difference between book and taxable income
9	<i>Abnormal Total BTD</i>	$\text{Residual from } BTD/TAit = \beta TAit + \beta mi + eit$	A measure of unexplained total booktax

			<i>differences</i>
10	<i>Unrecognized Tax Benefits</i>	<i>Disclosed Amount Post – FIN48</i>	<i>Tax liability accrued for taxes not yet paid on uncertain positions</i>
11	<i>Tax Shelter Activity</i>	<i>Indicator Variable for Firms Accused of Engaging in a Tax Shelter</i>	<i>Firms identified via firm disclosures, the press, or the press, or IRS confidential Data</i>
12	<i>Marginal Tax Rate</i>	<i>Simulated Marginal Tax Rate</i>	<i>Present value of taxes on an additional dollar of Income</i>

Sumber : Hanlon dan Heintzman (2010)

Dalam penelitian ini penulis menggunakan rumus ETR bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat Agresivitas Pajak pada perusahaan. Alasan penelitian ini menggunakan rumus ETR karena beberapa penelitian sebelumnya banyak menggunakan ETR untuk mengukur agresivitas pajak.

$$ETR_{it} = \frac{\text{Income Tax Expense}}{\text{Pre Tax Income}}$$

Keterangan:

ETR_{it} : Rasio pembayaran beban pajak atas laba sebelum pajak perusahaan pada periode berjalan.

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

$Pre Tax Income_{it}$: Laba sebelum pajak perusahaan i pada periode ke t

2.2 Kerangka Pemikiran

Agresivitas pajak merupakan manajemen pengurangan pendapatan kena pajak melalui kegiatan perencanaan pajak baik secara *legal* maupun *illegal*. Dengan demikian, istilah keagresifan pajak didefinisikan secara luas. Istilah agresivitas pajak dapat digunakan secara bergantian dengan penghindaran pajak dan pengelolaan pajak. Dalam membayar pajak perusahaan seharusnya memiliki beberapa pertimbangan etika untuk masyarakat dan *stakeholder* lainnya. Seharusnya perusahaan tidak berkeinginan untuk meminimalkan pajak baik secara *legal* maupun *illegal* sebagai wujud bahwa perusahaan tersebut bertanggung jawab terhadap masyarakat. Tindakan perusahaan dalam hal meminimalkan pembayaran pajak tidak sesuai dengan pandangan dan harapan masyarakat karena pajak yang dibayarkan perusahaan memiliki implikasi penting bagi masyarakat dalam hal pendanaan barang publik seperti pendidikan, kesehatan, infrastruktur, pertahanan nasional, dan sebagainya.

Perusahaan yang telah mengungkapkan banyak informasi tanggung jawab sosial dalam laporan tahunannya dalam rangka memperoleh citra baik berusaha untuk mempertahankannya dengan cara tidak melakukan tindakan pajak agresif yang dapat merusak citra yang sudah baik melalui tindakan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan demikian, perusahaan yang mengungkapkan tindakan CSR yang lebih banyak cenderung tidak melakukan tindakan pajak secara agresif sehingga semakin banyak melakukan tindakan pengungkapan CSR maka seharusnya semakin rendah tingkat agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan.

2.2.1 Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak

Perusahaan yang beroperasi di Indonesia maupun yang dimiliki oleh warga negara Indonesia disebut sebagai Wajib Pajak Badan. Mereka diharuskan untuk menyetor sebagian laba bersihnya untuk membayar pajak. Dengan membayar pajak sesuai dengan yang tertagih dan tepat waktu, berarti perusahaan ikut serta dalam pembangunan nasional untuk kesejahteraan masyarakat luas. Hal ini sesuai dengan kaidah teori legitimasi, dimana perusahaan berusaha meyakinkan bahwa perusahaan beroperasi sesuai dengan aturan-aturan dan norma-norma yang berlaku.

Kinerja perusahaan dikatakan baik apabila mampu memperoleh laba yang tinggi pada tahun berjalan. Laba perusahaan yang tinggi dapat diperoleh dengan cara meminimalkan beban-beban yang dimiliki oleh perusahaan. Salah satu beban yang dimiliki oleh perusahaan adalah beban pajak. Tindakan meminimalkan beban pajak atau agresivitas pajak dikalangan perusahaan-perusahaan besar sering terjadi, terutama di Indonesia. Perusahaan merasa terbebani dengan banyaknya beban yang ditanggung, misalnya kasus sebuah perusahaan yang berusaha untuk menekan beban CSR dengan cara meminimalkan beban pajaknya, tindakan tersebut pada dasarnya tidak sesuai dengan harapan masyarakat dan memiliki dampak negatif terhadap masyarakat karena mempengaruhi kemampuan pemerintah dalam menyediakan barang publik. (Husodo, 2017:87)

Oleh karena itu, jika perusahaan berusaha untuk melakukan penghindaran pajak, walaupun tidak melanggar hukum, tetapi hal tersebut tidak sepenuhnya

dilakukan oleh perusahaan dan juga hal tersebut dapat mengancam keberadaan perusahaan karena dianggap tidak memberikan kontribusi dalam kehidupan bermasyarakat dan hanya mengambil keuntungan darinya. Selain masyarakat, hubungan baik juga harus diciptakan dengan pemerintah. Hal tersebut juga dapat dilakukan salah satunya adalah dengan cara membayar pajak sesuai dengan nominal yang tertagih dan tepat waktu.

Sesuai dengan teori *stakeholder*, bahwa perusahaan harus menerapkan dengan baik tanggung jawab sosialnya agar mendapat manfaat yang baik dari konsumen, karyawan, pejabat pemerintah dan pihak lain yang terkena dampak dari keputusan bisnis perusahaan. Sebagai wujud perusahaan dalam menerapkan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat, seharusnya perusahaan tidak akan melakukan tindakan agresivitas pajak baik secara *legal* maupun *illegal*. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat pengungkapan yang dilakukan perusahaan, diharapkan perusahaan tersebut tidak melakukan tindakan agresivitas pajak. Karena apabila perusahaan yang mengungkapkan CSR melakukan tindakan agresivitas pajak, maka perusahaan tersebut akan kehilangan nama baik di mata *stakeholder*, masyarakat dan pemerintah, serta menurunkan nilai dan dampak positif dari tindakan pengungkapan CSR yang telah dilakukan oleh perusahaan tersebut.

Kaitan pengungkapan CSR dengan agresivitas pajak terletak pada tujuan k utama perusahaan untuk memperoleh profit maximum tanpa menghilangkan tanggung jawab sosial dan lingkungan, sehingga semakin besar laba yang diperoleh perusahaan semakin besar penghasilan kena pajak. Ketika perusahaan

melakukan agresivitas pajak, secara umum dianggap tidak membayar beban pajak sesungguhnya untuk pembangunan negara (Freeman, 2003; Freise et al., 2008). Kekurangan pendapatan negara dari agresivitas pajak ini menyebabkan kerugian bagi masyarakat secara keseluruhan (Slemrod, 2004). Oleh karena itu, agresivitas pajak dianggap tidak bertanggung jawab secara sosial. (Erle, 2008; Schon, 2008 dalam Yoehana, 2014).

Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang membahas hubungan antara pengungkapan CSR dengan agresivitas pajak. ETR (Effective Tax Rates) adalah salah satu proksi yang digunakan sebagai alat pengukur agresivitas pajak, hasil regresi yang ditemukan menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR dari suatu perusahaan, maka semakin rendah tingkat agresivitas pajak perusahaan tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan sementara bahwa tindakan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak suatu perusahaan.

2.2.2 Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Agresivitas Pajak

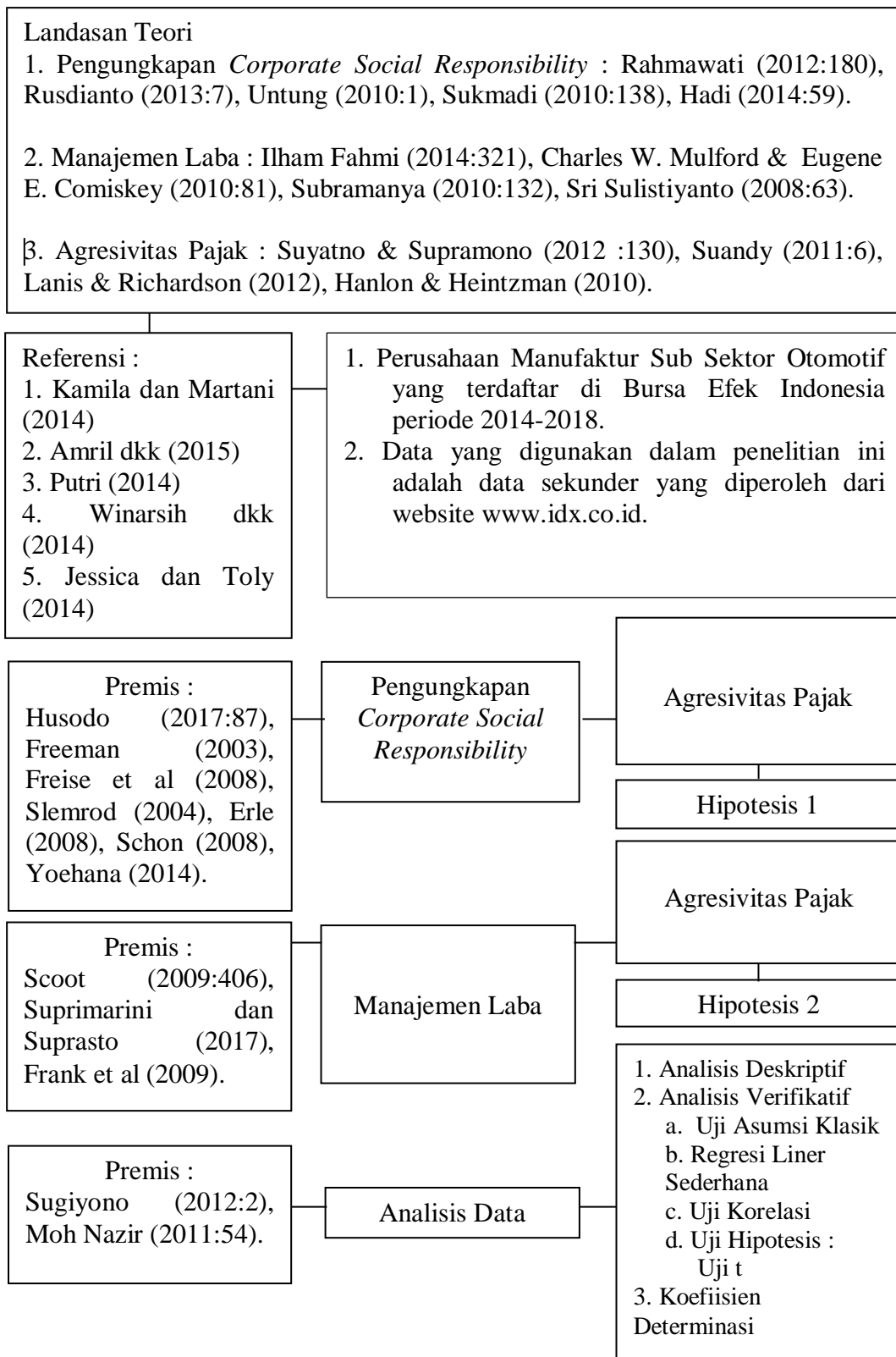
Dengan adanya berbagai bentuk manajemen laba yang dapat dilakukan oleh manajer, maka perusahaan akan memilih salah satu dari berbagai bentuk manajemen laba tersebut dengan tujuan dan motivasi tertentu. Menurut Scott (2009:406) salah satu motivasi perusahaan dalam melakukan manajemen laba adalah motivasi perpajakan. Perusahaan akan berusaha meminimalkan beban perusahaannya agar dapat memaksimalkan laba. Tindakan manajemen untuk

meminimalkan beban pajaknya ini disebut dengan istilah Agresivitas pajak (Suprimarini dan Suprasto, 2017).

Pajak merupakan beban yang harus ditanggung perusahaan sehingga dapat mengurangi keuntungan bersih yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Maka dari itu banyak perusahaan cenderung bertujuan untuk mengurangi beban pajak perusahaannya dengan mengurangi jumlah laba yang dilaporkan (*income decreasing*) untuk menurunkan laba kena pajaknya sehingga perusahaan dapat melakukan penghematan atas beban pajaknya.

Hasil penelitian yang dikemukakan oleh Frank et al. (2009) menjelaskan bahwa terdapat hubungan positif antara *agressiveness financial reporting* dan *tax reporting aggressiveness*. Jadi, apabila perusahaan melakukan pelaporan keuangan secara agresif dalam hal ini melakukan manajemen laba dengan *income decreasing*, maka perusahaan juga akan semakin berperilaku agresif terhadap beban pajak perusahaan dengan melakukan penghindaran pajak. Hasil penelitian tersebut juga sejalan dengan beberapa peneliti lainnya yang menunjukkan hasil penelitian bahwa manajemen laba berpengaruh positif pada agresivitas pajak perusahaan.

Sesuai dengan judul penelitian “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Manajemen Laba Terhadap Agresivitas Pajak” maka skema kerangka pemikiran yang dapat digambarkan adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.2.3 Hasil Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu yang menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi Agresivitas Pajak yaitu:

Tabel 2.3

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak Berdasarkan Penelitian Sebelumnya

No	Nama Peneliti (Tahun)	Variabel, Objek, dan Periode Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Amril dkk, (2015)	Variabel Dependen : Agresivitas Pajak Variabel Independen : Manajemen Laba dan Corporate Governance	“Pengaruh Manajemen Laba dan Corporate Governance Terhadap Agresivitas Pajak Persuahaan Manufaktur yang Listing di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2013”	Ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Sedangkan ukuran dewan direksi, ukuran komite audit dan CSR tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak perusahaan.
2	Kamila dan Martani (2014)	Variabel Dependen : Agresivitas Pajak Variabel Independen : Agresivitas Pelaporan Keuangan	“Analisis Hubungan Agresivitas Pelaporan Keuangan dan Agresivitas Pajak”	Terdapat hubungan positif antara Manajemen laba dengan manajemen pajak dan sebaliknya. Terdapat pula

				hubungan resiprokal yang kuat antara kedua variabel.
3	Landry, dkk. (2013)	<p>Variabel Dependen : <i>Corporate Social Responsibility, and Ownership Structure</i></p> <p>Variabel Independen : <i>Tax Aggressiveness</i></p>	<i>“Tax Aggressiveness, Corporate Social Responsibility, and Ownership Structure”</i>	Perilaku perpajakan perusahaan tidak dipengaruhi oleh kegiatan CSR-nya dan struktur Kepemilikan dapat memoderasi Hubungan antara CSR dan agresivitas pajak.
4	Issam, dkk. (2015)	<p>Variabel Dependen : <i>Tax Aggressiveness</i></p> <p>Variabel Independen : <i>Corporate Social Responsibility</i></p>	<i>“Does Corporate Social Responsibility Affect Corporate Tax Aggressiveness ?”</i>	CSR <i>Social Dimension</i> memiliki hubungan positif dan signifikan Dengan Agresivitas Pajak. CSR <i>Economic Dimension</i> memiliki hubungan negatif dan signifikan Dengan Agresivitas Pajak. Sedangkan CSR <i>Governance Dimension</i> dan CSR

				<i>Enviromental Dimension</i> tidak memiliki hubungan yang sigifikan dengan agresivitas pajak.
5	Putri (2014)	<p>Variabel Dependen : Agresivitas Pajak</p> <p>Variabel Independen : Likuiditas, Manajemen Laba, Corporate Governance</p>	“Pengaruh Likuiditas, Manajemen Laba dan Corporate Governance terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan”	<p>Likuiditas berpengaruh negatif Dan tidak signifikan terhadap agresivitas pajak. Manajemen laba berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap agresivitas pajak. Corporate Governanc berpengaruh negatif dan Signifikan terhadap agresifitas pajak perusahaan.</p>
6	Jessica dan Toly (2014)	<p>Variabel Dependen : Agresivitas Pajak</p> <p>Variabel Independen : Pengungkapan <i>Corporate</i></p>	“Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Agresivitas Pajak”	Tidak adanya pengaruh signifikan antara pengungkapan CSR terhadap agresivitas

		<i>Social Responsibility</i>		pajak. Namun, jika pengungkapan CSR diuji bersamaan dengan variabel kontrol lain terdapat pengaruh yang signifikan terhadap agresivitas pajak.
7	Winarsih, dkk. (2014)	Variabel Dependen : Tindakan Pajak Agresif Variabel Independen : <i>Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility</i>	“Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Tindakan Pajak Agresif”	Ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Sedangkan ukuran dewan direksi, ukuran komite audit dan CSR tidak berpengaruh terhadap Agresivitas pajak perusahaan.
8	Kamila dan Martani (2014)	Variabel Dependen : Agresivitas Pajak Variabel Independen : Agresivitas Pelaporan Keuangan	“Analisis Hubungan Agresivitas Pelaporan Keuangan dan Agresivitas Pajak”	Terdapat hubungan positif antara manajemen laba dengan manajemen pajak dan sebaliknya. Terdapat pula hubungan

				resiprokal yang kuat antara kedua variabel.
9	Lanis dan Richardson (2012)	<p>Variabel Dependen : <i>Tax Aggressiveness</i></p> <p>Variabel Independen : <i>Corporate Social Responsibility</i></p>	“ <i>Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness</i> ”	Memberikan bukti empiris bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan, semakin rendah tingkat agresivitas pajak yang dilakukan.
10	Suryanto dan Supramono (2012)	<p>Variabel Dependen : Agresivitas Pajak</p> <p>Variabel Independen : Likuiditas, Leverage, Komisaris Independen</p>	“Likuiditas, Leverage, Komisaris Independen dan Manajemen Laba terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan”	Likuiditas memiliki pengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap agresivitas pajak. Komisaris independen berpengaruh negatif dan signifikan terhadap agresivitas pajak. Manajemen laba berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba.

2.3 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:96) menyatakan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum ada jawaban empiris.

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka peneliti berasumsi mengambil keputusan sementara (hipotesis) sebagai berikut:

H1 : Terdapat Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Agresivitas Pajak.

H2 : Terdapat Pengaruh Manajemen Laba terhadap Agresivitas Pajak.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang digunakan

Menurut Sugiyono (2017:2) definisi metode penelitian adalah :

“Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan penelitian deskriptif dan verifikatif, karena adanya variabel-variabel yang akan ditelaah hubungannya serta tujuannya untuk menyajikan gambaran secara terstruktur, faktual, mengenai fakta-fakta hubungannya antara variabel yang diteliti.

Menurut Sugiyono (2017:35) pendekatan deskriptif adalah :

“Suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pernyataan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri). Jadi dalam penelitian ini peneliti membuat perbandingan variabel itu pada sampel yang lain, dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel yang lain”.

Sedangkan menurut Mohammad Nazir (2011:54) pengertian metode penelitian deskriptif sebagai berikut :

“Suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari metode penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat secara hubungan antar fenomena yang diselidiki”.

Menurut Mochammad Nazir (2011:91) pengertian Metode Verifikatif adalah :

“Metode Verifikatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan kausalitas (hubungan sebab akibat) antar variabel melalui suatu pengujian hipotesis menggunakan suatu perhitungan statistik sehingga di dapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima”.

Dalam penelitian ini, pendekatan deskriptif dan verifikatif digunakan untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Manajemen Laba, dan Agresivitas Pajak pada perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018.

3.1.1 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah objek yang diteliti dan dianalisis. Dalam penelitian ini, lingkup objek yang ditetapkan penulis sesuai dengan permasalahan yang diteliti adalah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Manajemen Laba, dan Agresivitas Pajak pada perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada peroid 2014-2018.

3.1.2 Unit Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi unit penelitian adalah perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif yang *listing* di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018 secara berturut-turut pada periode 2014-2018 & perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif yang melaporkan Laporan Keuangan Tahunannya secara berturut-turut selama periode 2014-2018.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:38), definisi variabel penelitian adalah :

“Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”

Penelitian kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini diangkat dari fenomena yang memiliki hubungan sebab akibat (kausal) dan meneliti dengan pendekatan rumusan masalah asosiatif, sehingga dalam penelitian terdapat 2 (dua) jenis variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen yang kemudian dicari beberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Variabel-variabel diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Menurut Sugiyono (2017:39) bahwa variabel bebas adalah :

“variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predikator*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas yakni adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

Variabel bebas dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

a) Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (X_1)

Dalam penelitian ini penulis menggunakan definisi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menurut *Global Reporting Initiative* (GRI) menyatakan bahwa :

“Volunteer disclosure of information, both qualitative, and quantitative made by organization to inform or influence a range of audience. The quantitative disclosure may be in financial or non-financial terms.”

Adapun indikator yang penulis gunakan untuk mengukur Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menurut *Global Reporting Initiative* (GRI) yaitu :

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j} \times 100\%$$

Keterangan :

$CSRI_j$: *Corporate Social Responsibility Index* perusahaan j

$\sum X_{ij}$: Jumlah item Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan j

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

b) Manajemen Laba

Dalam penelitian ini penulis menggunakan definisi Manajemen laba

Menurut Irham Fahmi (2011:164) yaitu :

“*Earnings management* (manajemen laba) adalah suatu tindakan yang mengatur laba sesuai dengan yang dikehendaki oleh pihak tertentu atau terutama oleh manajemen perusahaan (*company management*). Tindakan *earnings management* sebenarnya didasarkan oleh berbagai tujuan dan maksud-maksud yang terkandung didalamnya.”

Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur manajemen laba menurut Irham Fahmi (2011:164) yaitu :

$$DA_{i,t} = \left(\frac{TAC_{i,t}}{A_{i,t-1}} \right) - NDA_{i,t}$$

Keterangan :

$DA_{i,t}$: *Discretionary accruals* perusahaan i pada periode t

$TAC_{i,t}$: *Total Accruals* perusahaan i pada periode t

$A_{i,t-1}$: *total asset* untuk sampel perusahaan i pada akhir tahun t

$NDA_{i,t}$: *nondiscretionary accruals* pada tahun t

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Menurut Sugiyono (2017:39) menyatakan variabel terikat adalah :

“variabel terikat sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.”

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat atau dependen (Y) adalah Agresivitas Pajak. Dalam penelitian ini penulis menggunakan definisi Agresivitas Pajak Menurut Lanis & Richardson (2012) yang menyatakan bahwa :

”tax agresiveness is the downward management of taxable income through tax planning activities that are legal or that may fall into the gray area, as well as activities that are illegal.”

Adapun indikator yang penulis gunakan untuk mengukur agresivitas pajak adalah indikator yang digunakan menurut Lanis & Richardson (2012) yaitu :

$$ETR = \frac{\text{Income Tax Expense}}{\text{Pre Tax Income}}$$

Keterangan :

ETRit : Ratio of payment of tax expense to pre-tax profit for the year.

Income Tax Expense : income tax expense in the current year period.

Pre Tax Income : Profit / income before corporate tax for the current year period.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis dan indikator variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Selain itu, proses ini juga dimaksud untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu statistika dapat dilakukan secara benar. Berikut adalah operasionalisasi variabel dalam penelitian ini :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Independen (X)

No	Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
1	Pengungkapan Corporate Social Responsibility (X ₁)	<p><i>“Volunteer disclosure of information, both qualitative, and quantitative made by organization to inform or influence of range of audience. The quantitative disclosure may be in financial or non-financial terms”.</i></p> <p><i>“pengungkapan</i></p>	Informasi Sukarela	<p>CSR Index :</p> $CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j} \times 100\%$ <p>Keterangan :</p> <p>CSRI_j : Corporate Social Responsibility Index perusahaan j</p> <p>$\sum X_{ij}$: Jumlah item Pengungkapan</p>	Rasio

		<p><i>sosial dan lingkungan merupakan informasi sukarela, baik secara kualitatif maupun secara kuantitatif yang dibuat oleh organisasi untuk menginformasikan atau mempengaruhi investor, dimana pengungkapan kuantitatif dapat berupa informasi keuangan maupun non-keuangan”.</i></p> <p><i>Global Reporting Initiative (GRI)</i></p>		<p>Corporate Social Responsibility perusahaan j</p> <p>n_j : Jumlah kriteria pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> untuk perusahaan j, $n_j \leq 91$</p>	
2	Manajemen Laba (X ₂)	<p>“<i>Earnings management</i> (manajemen laba) adalah suatu tindakan yang mengatur laba sesuai dengan yang dikehendaki oleh pihak tertentu atau terutama oleh manajemen perusahaan (<i>company management</i>). Tindakan <i>earnings management</i> sebenarnya didasarkan oleh berbagai tujuan dan maksud-maksud yang</p>	Kebijakan Manajemen.	<p>DAC_t</p> $= \left(\frac{TAC_t}{At - 1} \right) - NDA_t$ <p>DAC_t : <i>Discretionary accruals</i> perusahaan i pada periode t</p> <p>TAC_t : <i>Total Accruals</i> perusahaan i pada periode t</p> <p>At-1 : total asset untuk sampel perusahaan i pada akhir tahun t</p>	Rasio

		terkandung didalamnya.” Irham Fahmi (2011:164)		NDAt : <i>nondiscretionary accruals</i> pada tahun t	
3	Agresivitas Pajak (Y)	” <i>tax agresiveness is the downward management of taxable income through tax planning activities that are legal or that may fall into the gray area, as well as activities that are illegal.</i> ” "Agresivitas pajak adalah manajemen pendapatan kena pajak yang menurun melalui aktivitas perencanaan pajak yang legal atau yang mungkin jatuh ke wilayah abu-abu, serta aktivitas yang ilegal." Lanis & Richardson (2012)	Manajemen Pendapatan Kena Pajak.	$ETR = \frac{\text{Income Tax Expense}}{\text{Pre Tax Income}}$ <p>Keterangan :</p> <p>ETRit :</p> <p>Rasio pembayaran beban pajak atas laba sebelum pajak perusahaan pada tahun berjalan.</p> <p>Income Tax Expense:</p> <p>Beban pajak penghasilan perusahaan pada periode tahun berjalan</p> <p>Pre Tax Income :</p> <p>Laba/pendapatan sebelum pajak perusahaan pada periode tahun berjalan.</p>	Rasio

Sumber : Data yang diolah kembali

3.3 Populasi, Teknik Sampling, dan Sampel

3.3.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:80) populasi adalah sebagai berikut :

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018.

3.3.2 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2017:81) menyatakan teknik sampling adalah sebagai berikut :

“teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampel yang digunakan”.

Menurut Sugiyono (2017:82) terdapat dua teknik sampel yang dapat digunakan yaitu :

1. *Probability Sampling*
Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi *simple random sample, prportionate stratified random sampling, disproportionate stratified random sampling, sampling area (cluster)*.
2. *Non Probability Sampling*

Non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi *sampling sistematis, kuota, aksidental, purposive, jenuh, snowball.*”

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik sampel *Non Probability Sampling* dengan jenis *Purposive Sampling*. Adapun yang dimaksud dengan *Purposive Sampling* Menurut Sugiyono (2017:85), adalah :

“*purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”.

Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan yang telah penulis tentukan, oleh karena itu penulis memilih teknik *purposive sampling* dengan menetapkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

3.3.3 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:81) bahwa pengertian sampel adalah :

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek. Untuk menentukan besarnya sampel bisa dilakukan dengan statistik atau berdasarkan estimasi penelitian. Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya, dengan istilah lain harus *representative* (mewakili)”.

Sampel yang digunakan harus representatif, yakni mewakili populasi yang berarti semua ciri-ciri atau karakteristik yang ada hendaknya tercermin dalam

sampel tersebut. Kriteria yang ditetapkan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif yang *listing* secara berturut-turut di Bursa Efek Indonesia selama periode 2014-2018.
2. Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif yang melaporkan laporan keuangan tahunannya secara berturut-turut di Bursa Efek Indonesia selama periode 2014-2018.

Tabel 3.2
Kriteria Pemilihan Sampel

No	Kriteria Pemilihan Sampel	Jumlah
1	Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif yang <i>listing</i> secara berturut-turut di Bursa Efek Indonesia selama periode 2014-2018.	13
2	Pengurangan sampel kriteria 1 : Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif yang tidak <i>listing</i> secara berturut-turut di Bursa Efek Indonesia selama periode 2014-2018.	(1)
3	Pengurangan sampel kriteria 2 : Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif yang tidak melaporkan laporan keuangan tahunannya secara berturut-turut di Bursa Efek Indonesia selama periode 2014-2018.	(7)
Jumlah Sampel Penelitian		5

Sumber : Diolah oleh penulis

Berikut ini adalah nama perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018 yang menjadi sampel penelitian setelah menggunakan *purposive sampling*, yaitu :

Tabel 3.3**Daftar Perusahaan Manufaktur yang Dijadikan Sampel Penelitian**

No	KODE	NAMA PERUSAHAAN
1	ASII	PT Astra Internasional, Tbk
2	AUTO	PT Astra Ortoparts, Tbk
3	GDYR	PT Goodyear Indonesia, Tbk
4	LPIN	PT Multi Prima Sejahtera, Tbk
5	PRAS	PT Prima Alloy Steel Universal, Tbk

Sumber : www.idx.co.id (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas, telah ditentukan jumlah sampel penelitian sebanyak 5 (lima) perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif dengan periode penelitian selama 5 (Lima) tahun yakni periode 2014-2018 sehingga jumlah data yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 25 data.

3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Menurut Sugiyono (2017:137) pengertian sumber data adalah sebagai berikut :

”Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data dapat menggunakan sumber primer atau sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data”.

Data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder.

Menurut Sugiyono (2017:137) menjelaskan data sekunder adalah :

“sumber data yang tidak memberikan data langsung kepada pengumpul data. Data sekunder ini merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti buku-buku, literatur, dan bacaan yang berkaitan dalam menunjang penelitian ini.

Sumber data yang digunakan untuk penelitian ini diperoleh dari situs www.idx.co.id dan www.sahamok.com data yang dimaksud meliputi laporan keuangan dan laporan tahunan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data *time series*. Data bersifat *time series* karena data dalam penelitian ini adalah data dalam interval waktu tertentu yaitu tahun 2014-2018.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017:224) teknik pengumpulan data adalah :

“teknik pengumpulan data merupakan langkah paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan yang memenuhi standar data yang digunakan.”

Untuk memperoleh data dan informasi dalam penelitian ini, penulis memerlukan sejumlah data baik dari dalam maupun dari luar perusahaan. Adapun cara untuk memperoleh data dan informasi dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Riset Internet (*Online Research*)

Situs-situs internet (*website*) yang berhubungan dengan penelitian untuk memperoleh bahan-bahan yang akan dijadikan landasan teori dan data pada penelitian ini.

2. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Penulis berusaha untuk memperoleh beberapa informasi dari pengetahuan yang dapat dijadikan pegangan dalam penelitian yaitu dengan cara studi kepustakaan untuk mempelajari, meneliti, menguji, serta menelaah literatur-literatur berupa buku-buku dan sumber-sumber tertulis berupa riset.

3.5 Metode Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis

3.5.1 Rancangan Analisis Data

Dalam suatu penelitian, analisis data merupakan bagian dari langkah terpenting untuk mencapai tujuan penelitian.

Menurut Sugiyono (2017:147) analisis data adalah :

“kegiatan setelah data dari seluruh responden atau data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk hipotesis yang telah diajukan.”

Analisis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode statistik deskriptif dan verifikatif.

3.5.1.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2017:35) penelitian deskriptif adalah :

“metode penelitian deskriptif ini adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri atau variabel bebas) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain.”

Dalam penelitian ini, analisis deskriptif dilakukan kepada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Manajemen Laba, dan Agresivitas Pajak. Tahap-tahap yang dilakukan untuk menganalisis Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Manajemen Laba, dan Agresivitas Pajak adalah sebagai berikut :

1. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

- 1) Menyiapkan laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan periode pengamatan, data ini diperoleh dari laporan tahunan.
- 2) Menghitung rata-rata indeks pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan cara membagi 91 item dari hasil penjumlahan item yang diungkapkan.
- 3) Menghitung Pengungkapan *Corporate Social Responsibility Disclosure Income (CSRDI)* dengan cara menghitung rata-rata indeks pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dikali 100%.
- 4) Dengan diperolehnya CSRDI maka dapat menemukan perusahaan kedalam kriteria penilaian.

Tabel 3.4

Kriteria penilaian Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Interval	Kriteria
0% - 20,00%	Tidak Lengkap

20,01% - 40,00%	Kurang Lengkap
40,01% - 60,00%	Cukup Lengkap
60,01% - 80,00%	Lengkap
80,01% - 100,00%	Sangat Lengkap

Sumber : Global Reporting Initiative (GRI), yang diolah kembali.

5) Menarik kesimpulan.

2. Manajemen Laba

- 1) Menghitung nilai *discretionary accruals* (DAC).
- 2) Menentukan kriteria kesimpulan manajemen laba.

Tabel 3.5

Kriteria Penilaian Manajemen Laba

Nilai Manajemen Laba	Kriteria
$DAC < 0$	Melakukan Manajemen Laba dengan cara Menaikan Laba
$DAC > 0$	Melakukan Manajemen Laba dengan cara Menurunkan Laba
$DAC = 0$	Tidak Melakukan Manajemen Laba

Sumber: Irham Fahmi, 2017

3) Menarik kesimpulan.

3. Agresivitas Pajak

- 1) Menentukan jumlah beban pajak penghasilan, data ini diperoleh dari laporan keuangan laba rugi.

- 2) Menentukan jumlah laba sebelum pajak.
- 3) Membagi jumlah beban pajak penghasilan dengan laba sebelum pajak.
- 4) Menentukan jumlah kriteria agresivitas pajak.

Tabel 3.6

Kriteria Penilaian Agresivitas Pajak

Interval	Kriteria
0,14% - 15,45%	Sangat Agresif
15,46% - 30,76%	Agresif
37,77% - 46,07%	Cukup Agresif
46,08% - 61,38%	Kurang Agresif
61,39% - 79,70%	Tidak Agresif

- 5) Menarik kesimpulan.

3.5.1.2 Analisis Verifikatif

Menurut Sugiyono (2017:37) analisis Verifikatif adalah :

“metode penelitian yang melalui pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif dengan perhitungan statistika sehingga didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima.”

Dalam penelitian ini, analisis verifikatif digunakan untuk menguji kebenaran dari hipotesis yang diajukan. Dalam penelitian ini analisis verifikatif digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Manajemen Laba terhadap Agresivitas Pajak.

3.5.1.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memenuhi syarat analisis regresi linier, yaitu penaksir tidak bias dan terbaik atau sering disingkat BLUE (*Best Linier Unbias Estimate*). Ada beberapa asumsi yang harus terpenuhi agar kesimpulan dari hasil pengujian tidak bias, diantaranya adalah uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji Autokorelasi.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi variabel terkait untuk setiap nilai variabel bebas tertentu berdistribusi normal atau tidak. Dalam model regresi linier, asumsi ini ditunjukkan oleh *error* yang berdistribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian normalitas data menggunakan *Test Normality Kolmogorov-smirnov* dalam program SPSS.

Menurut Ghozali (2011:160) bahwa :

“uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji *t* dan *f* mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi normal.”

Menurut Singgih Santoso (2012:393) dasar pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan melihat angka probabilitasnya, yaitu :

- 1) Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal.

2) Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2011:105) mengemukakan bahwa :

“uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar *variabel independen* (bebas). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara *variabel independen* (bebas). Jika *variabel independen* saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.”

Menurut Gujarati (2012:432) bahwa :

“untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat pada ukuran besaran *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinearitas adalah mempunyai angka *tolerance* mendekati 1, batas *VIF* adalah 10, jika nilai *VIF* dibawah 10, maka terjadi gejala multikolinearitas.”

Menurut Singgih Santoso (2012:236) rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$VIF = \frac{1}{Tolerance} \text{ atau } Tolerance = \frac{1}{VIF}$$

3. Uji Heteroskedastitas

Uji heteroskedastitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variasi residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut heteroskedastitas. Persamaan regresi yang baik adalah jika tidak terjadi heteroskedastitas. Untuk menguji heteroskedastitas dari varians

pada grafik *scatterplot* pada output *SPSS*. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

- 1) Jika pola tertentu seperti titik-titik ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol, maka tidak terjadi heteroskedastitas.

Situasi heteroskedastitas akan menyebabkan penaksiran koefisien-koefisien regresi menjadi tidak efisien. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastitas juga bisa menggunakan uji *rank-Spearman* yaitu dengan mengorelasikan variabel independen terhadap nilai absolut dari residual hasil regresi. Jika nilai koefisien korelasi antara variabel independen dengan nilai absolut dari residual signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastitas (*varians* dari residual tidak homogen) , Ghazali (2011:139).

4. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan korelasi antar observasi yang diukur berdasarkan kebijakan waktu dalam metode regresi dengan kata lain *error* dari observasi tahun berjalan dipengaruhi oleh *error* dari observasi tahun sebelumnya. Pada pengujian autokorelasi digunakan uji *Durbin-Watson*. Untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi pada model regresi dan berikut nilai *Durbin-Watson* yang diperoleh melalui

estimasi model regresi. Untuk mengetahui apakah pada model regresi mengandung autokorelasi dapat digunakan pendekatan *DW* (*Durbin Watson*).

Menurut Singgih Santoso (2012:242) kriteria autokorelasi ada 3, yaitu:

- 1) Nilai *D-W* di bawah -2 berarti mengindikasikan ada autokorelasi positif.
- 2) Nilai *D-W* diantara -2 sampai 2 berarti diindikasikan tidak ada autokorelasi.
- 3) Nilai *D-W* di atas 2 berarti diindikasikan ada autokorelasi negatif.

3.5.1.4 Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Sugiyono (2015:270) analisis regresi linier sederhana adalah :

“regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen.”

Adapun persamaan regresi linier sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y : Variabel Dependen

a : Harga Konstanta

b : Koefisien Regresi Pertama

X : Variabel Independen

3.1.5.5 Analisis Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara korelasi kedua variabel (independen dan dependen) dan ukuran yang dipakai untuk menentukan derajat atau kekuatan hubungan korelasi tersebut. Pengukuran koefisien ini dilakukan dengan menggunakan *koefisien pearson correlation product moment*, untuk menguji hubungan asosiatif / hubungan bila datanya berbentuk interval atau rasio dan penentuan koefisien analisis juga digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel X_1 dan X_2 dengan variabel Y secara bersamaan, adapun rumus korelasi berganda menurut Sugiyono (2016:191) sebagai berikut :

$$r_{X_1X_2} = \sqrt{\frac{r^2_{yX_1} + r^2_{yX_2} - 2r_{yx_1} r_{yx_2} r_{x_1x_2}}{1 - r^2_{X_1X_2}}}$$

Keterangan :

- $r_{yX_1X_2}$: Korelasi antara Variabel X_1 dengan X_2 secara bersama-sama dengan Variabel Y
- r_{yX_1} : Korelasi *Product Moment* antara X_1 dengan Y
- r_{yX_2} : Korelasi *Product Moment* antara X_2 dengan Y
- $r_{X_1X_2}$: Korelasi *Product Moment* antara X_1 dengan X_2

Adapun untuk melihat hubungan atau korelasi, penulis menggunakan analisis yang dikemukakan oleh Sugiyono (2016:184) sebagai berikut :

Tabel 3.7
Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Lemah
0,20-0,399	Lemah
0,40-0,599	Cukup Kuat
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2016:184)

3.5.2 Rancangan Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan asumsi atau dugaan mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal tersebut dan dituntut untuk melakukan pengecekan kebenarannya.

Sugiyono (2016:93) mendefinisikan Hipotesis adalah sebagai berikut :

“hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan hanya didasarkan pada teori relevan belum didadarkan kepada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.”

Rancangan pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui korelasi dari kedua variabel yang diteliti. Tahap-tahap dalam rancangan pengujian hipotesis ini dimulai dengan penetapan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a), memilih tes statistik, perhitungan nilai statistik dan penetapan tingkat signifikan.

1. Penetapan Hipotesis Nol (H_0) dan Hipotesis Alternatif (H_a)

Hipotesis nol (H_0) merupakan hipotesis yang menyatakan bahwavariabel-variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel

dependen. Sedangkan hipotesis alternatif (H_a) merupakan hipotesis yang menyatakan bahwa variabel-variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan dengan berpengaruh atau tidaknya variabel-variabel dependen yaitu *Corporate Social Responsibility* dan Manajemen Laba terhadap Agresivitas Pajak. Hipotesis yang dibentuk dari variabel-variabel tersebut baik secara parsial dan simultan adalah sebagai berikut :

$H_{01} : \rho_1 = 0$: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

$H_{a1} : \rho_1 \neq 0$: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

$H_{02} : \rho_2 = 0$: Manajemen Laba tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

$H_{a2} : \rho_2 \neq 0$: Manajemen Laba berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

2. Tes Statistik untuk Pengujian Hipotesis

1. Uji t atau Uji Parsial (t -test)

Pengujian individual menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara simultan dan secara parsial dalam menerangkan variabel dependennya. Menurut Sugiyono (2016:184) uji signifikansi t dapat dilakukan dengan rumus statistik sebagai berikut :

$$t = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

Keterangan :

t : Nilai Uji t yang dihitung

r : Koefisien Korelasi

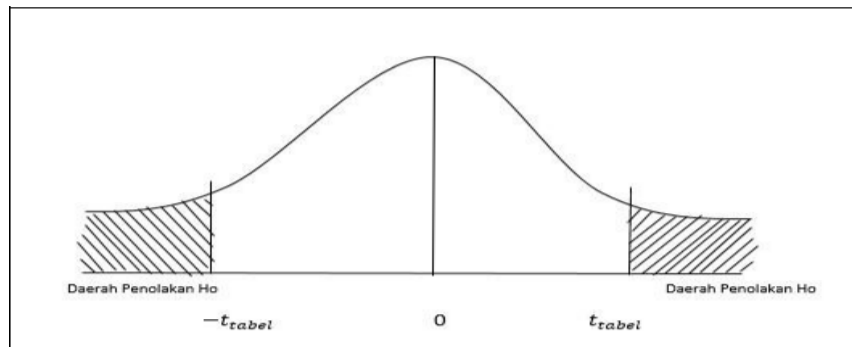
r^2 : Koefisien Determinasi

n : Jumlah Anggota Sampel Kriteria Pengambilan Keputusan :

1. Tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau jika $\alpha < 0,05$
2. Tolak H_0 jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau jika $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau jika $\alpha < 0,05$

Rencana pengujian statistik ini untuk menguji ada tidaknya pengaruh antar variabel independen yaitu Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (X_1), Manajemen Laba (X_2), terhadap Agresivitas Pajak (Y).

Apabila H_0 diterima, maka hal ini diartikan bahwa pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dinilai tidak signifikan dan sebaliknya apabila H_0 ditolak, maka hal ini diartikan bahwa pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dinilai berpengaruh secara signifikan.



Gambar 3.1

Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis

2. Penetapan Tingkat Signifikansi

Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 95% (α 0,05), karena pada umumnya penelitian sosial menggunakan tingkat signifikansi 1%. Tingkat signifikansi 0,05 artinya kemungkinan besar dari hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 95% atau toleransi kesalahan adalah 5%.

3.5.3 Koefisien Determinasi

Menurut Kurniawan (2014:186) bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan persentase pengaruh semua variabel independen terhadap dependen baik secara parsial maupun simultan. Koefisien determinasi dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$KD = R^2 \times 100$$

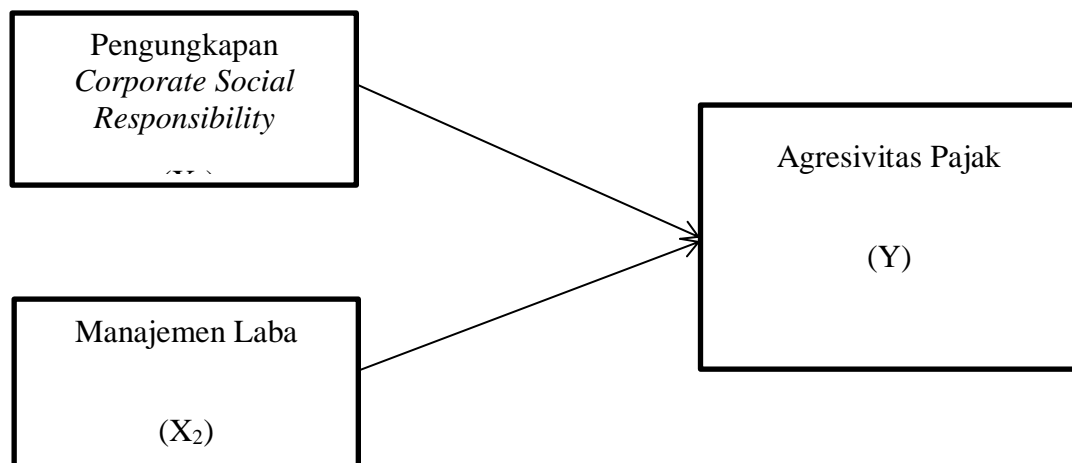
Keterangan :

KD : Koefisien Determinasi

R^2 : Koefisien Korelasi yang dikuadratkan.

3.6 Model Penelitian

Pada sebuah penelitian, model penelitian merupakan abstrak dari fenomena-fenomena yang sedang diteliti, maka untuk menggambarkan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen penulis memberikan model penelitian yang dapat dinyatakan dalam gambar berikut :



Gambar 3.3
Model Penelitian

