

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Legitimasi

Ghozali dan Chariri (2007) menjelaskan bahwa organisasi berusaha menciptakan keadaan dimana sebuah sistem nilai perusahaan berjalan sesuai dengan sistem sosial yang lebih besar dimana perusahaan merupakan bagian dari sistem tersebut. Hal ini dilakukan untuk mendapat legitimasi dari masyarakat sekitar agar sebuah organisasi dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya.

Dowling dan Pfeffer (1975) juga menjelaskan bahwa dalam teori legitimasi organisasi berusaha menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang ada pada kegiatan organisasi dengan norma-norma yang ada pada lingkungan sosial dimana organisasi tersebut merupakan bagian dalam lingkungan sosial tersebut. Dasar teori legitimasi adalah “kontrak sosial” yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi. Ketika terdapat ketidakselarasan antara kedua sistem tersebut, maka akan muncul ancaman terhadap legitimasi perusahaan.

Kelangsungan hidup sebuah perusahaan juga bergantung pada hubungan antara perusahaan dengan masyarakat sosial disekitar tempat perusahaan beroperasi. Teori legitimasi menyatakan bahwa sebuah organisasi harus berusaha meyakinkan masyarakat sekitar bahwa mereka beroperasi sesuai dengan batasan-batasan dan norma sosial yang ada.

Sebuah Perusahaan atau organisasi juga dapat mengupayakan sejenis legitimasi dari masyarakat dengan cara melakukan aktivitas tanggung jawab sosial atau yang sering disebut sebagai *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan adalah melalui pemerintah. Perusahaan bisa bertanggungjawab sosial kepada masyarakat melalui pemerintah dengan cara membayar beban pajak sesuai dengan ketentuan, dan juga tidak melakukan penghindaran pajak. Karena dana pajak akan digunakan oleh pemerintah untuk melaksanakan tugas Negara di berbagai sektor kehidupan untuk mencapai

kesejahteraan umum (Yoehana, 2013).

Menurut Landolf (2006) penghindaran pajak perusahaan merupakan salah satu tindakan yang tidak bertanggung jawab sosial oleh perusahaan. Oleh karena itu penghindaran pajak tidak sesuai dengan prinsip CSR yang dilakukan perusahaan dalam upaya untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat.

2.2 Teori Stakeholder

Stakeholder adalah individu atau kelompok yang memiliki kepentingan terhadap aktivitas perusahaan. *Stakeholder theory* mengatakan bahwa perusahaan tidak beraktivitas hanya untuk kepentingan pemilik saham, melainkan juga bagi semua stakeholder lainnya (Pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain) (Ghozali dan Chariri, 2007). Sehingga sebuah perusahaan sangat bergantung pada dukungan stakeholdernya. Gray et al.(dalam Ghozali dan Chairi, 2007) mengatakan bahwa:

Kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan stakeholder dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Makin *powerful* stakeholder, makin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan stakeholdernya.

Dalam teori stakeholder dinyatakan bahwa perusahaan harus bertanggung jawab terhadap semua pihak yang terkena dampak dari kegiatannya. Dengan kata lain, perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemilik saham saja, melainkan juga bertanggung jawab kepada semua stakeholder lain yang memiliki andil bagi perusahaan dan juga yang terkena dampak dari operasi perusahaan.

Corporate social responsibility merupakan salah satu bentuk tanggungjawab sosial perusahaan kepada semua stakeholdernya. Oleh karena itu CSR merupakan hal yang penting bagi perusahaan. Pemerintah sebagai regulator, merupakan salah satu stakeholder perusahaan. Oleh karena itu perusahaan

harus memperhatikan kepentingan pemerintah. Salah satunya adalah dengan cara mengikuti semua peraturan yang dibuat oleh pemerintah, ketaatan membayar pajak, dan tidak melakukan penghindaran pajak.

Menurut Landolf (2006) penghindaran pajak merupakan hal yang tidak bertanggung jawab sosial. Hal ini tidak sesuai dengan teori stakeholder yang menyebutkan bahwa perusahaan selalu mengusahakan dukungan dari stakeholdernya.

2.3 Teori Agensi

Dalam teori agensi diyatakan bahwa adanya kontrak antara pihak pemberi wewenang (*principal*) kepada pihak yang mendapatkan wewenang (agen) untuk melakukan sesuatu yang berkaitan dengan kepentingan pihak *principal*, dengan mendelegasikan beberapa otoritas pengambilan keputusan kepada pihak agen (Jensen dan Meckling, 1976).

Dalam sebuah perusahaan, teori agensi ini terimplementasi dalam hubungan antara pemilik saham dengan manajer. Pemilik saham (*principal*) memberikan wewenang kepada manajer (agen) untuk mengelola perusahaan agar menghasilkan kinerja dan *return* yang baik bagi pemilik saham.

Namun seperti yang disebutkan oleh Anthony dan Govindarajan (2009) bahwa menurut teori agensi setiap individu akan bertindak untuk kepentingan diri mereka sendiri. Seperti sifat dasar manusia yang hanya mementingkan dirinya sendiri. Oleh karena itu teori agensi ini dapat memunculkan konflik kepentingan antara pemilik saham selaku *principal* dengan manajer selaku agen dalam perusahaan. Manajer bertugas memberikan laporan kinerja perusahaan kepada pemilik saham. Namun terkadang manajer tidak melaporkan keadaan perusahaan yang sebenarnya, karena laporan kinerja tersebut berkaitan juga dengan kinerja para manajer perusahaan. Oleh karena itu dapat terjadi *asymmetry information* antara manajer dan pemilik saham.

2.4 Penghindaran Pajak

Penghindaran pajak adalah upaya tindakan perusahaan untuk mengurangi atau meminimalisir beban pajak perusahaan. Pajak merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat melalui pemerintah. Dana hasil pembayaran pajak akan digunakan oleh pemerintah untuk melaksanakan tugas Negara di berbagai sektor kehidupan untuk mencapai kesejahteraan umum (Yoehana, 2013). Menurut Landolf (2006) penghindaran pajak perusahaan merupakan salah satu tindakan yang tidak bertanggung jawab sosial oleh perusahaan. karena perusahaan yang melakukan penghindaran pajak dianggap tidak memberikan kontribusi kepada pemerintah dalam rangka upaya mencapai kesejahteraan umum.

Penghindaran pajak dalam penelitian ini diproksikan dengan menggunakan *effective tax rates* (ETR). *Effective tax rates* adalah beban pajak dibagi dengan laba sebelum pajak. Menurut Lanis dan Richardson (2012) ETR digunakan sebagai proksi penghindaran pajak karena beberapa alasan, diantaranya adalah ETR menjadi proksi yang sering digunakan untuk mengukur penghindaran pajak dalam penelitian-penelitian terdahulu seperti penelitian yang dilakukan oleh Rego (2003), dan Dyreng *et al.* (2008). Rendahnya ETR juga menjadi indikator pertanda dari aktivitas penghindaran pajak oleh perusahaan.

2.4.1 Peraturan Perpajakan di Indonesia

Adriani (dalam Waluyo, 2011) mendefinisikan pajak sebagai iuran kepada Negara yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan, dengan tidak mendapat prestasi kembali, yang gunanya untuk penyelenggaraan tugas Negara. Perusahaan merupakan salah satu subjek pajak di Indonesia. Berdasarkan UU No.36 Tahun 2008 Pasal 2 ayat 1 salah satu subjek pajak adalah badan. Dalam UU No.28 tahun 2007, Badan didefinisikan sebagai sekumpulan orang dan/atau modal yang merupakan kesatuan baik yang melakukan usaha maupun yang tidak melakukan usaha yang meliputi perseroan

terbatas, perseroan komanditer, perseroan lainnya, badan usaha milik Negara atau badan usaha milik daerah dengan nama dan dalam bentuk apapun, firma, kongsi, koperasi, dana pension, persekutuan, perkumpulan, yayasan, organisasi massa, organisasi sosial politik, atau organisasi lainnya, lembaga, dan bentuk badan lainnya termasuk kontrak investasi kolektif dan bentuk usaha tetap.

Pajak penghasilan di Indonesia sendiri diatur didalam UU No.36 Tahun 2008 yang merupakan revisi dari UU No.17 Tahun 2000, UU No.7 Tahun 1991 dan UU No.7 Tahun 1983. Tarif pajak badan mulai tahun 2010 yang diatur dalam UU No.36 tahun 2008 Pasal 17 ayat 2a adalah sebesar 25% dari laba bersih kena pajak tanpa dikurangi oleh Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP).

Dalam rangka meningkatkan pendapatan dari pajak, pemerintah memberikan insentif pajak agar pengusaha dalam negeri giat dalam mengembangkan usahanya. Insentif pajak ini tertuang dalam UU No.36 Tahun 2008 Pasal 17 ayat 2b yang menjelaskan bahwa:

Wajib pajak badan dalam negeri yang berbentuk perseroan terbuka yang paling sedikit 40% (empat puluh persen) dari jumlah keseluruhan saham yang disetor diperdagangkan di bursa efek di Indonesia dan memenuhi persyaratan tertentu lainnya dapat memperoleh tarif sebesar 5% (lima persen) lebih rendah daripada tarif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b dan ayat (2a) yang diatur dengan atau berdasarkan Peraturan Pemerintah.

Terhitung sejak 1 Juli 2013 pemerintah juga memberikan kemudahan perhitungan pajak bagi badan dan wajib pajak pribadi melalui Peraturan Pemerintah No.46 Tahun 2013. Bagi wajib pajak badan dan pribadi yang memiliki peredaran bruto tidak melebihi Rp.4.800.000.000 dalam satu tahun pajak, dikenakan pajak yang bersifat final. Besarnya tarif pajak final adalah 1% dari peredaran bruto dari usaha dalam satu tahun pajak. Dalam UU No.36 Tahun 2008 tidak dijelaskan secara khusus tentang CSR, namun terdapat biaya-biaya yang dapat mengurangi laba kena pajak (*deductible*) yang berkaitan dengan isu CSR, diantaranya adalah beban pengolahan limbah, sumbangan

bencana nasional, biaya magang, beasiswa.

2.5 Corporate Social Responsibility

Corporate social responsibility (CSR) adalah bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sosialnya. CSR merupakan sebuah komitmen bisnis untuk bertindak etis, berkontribusi dalam pengembangan ekonomi, meningkatkan kualitas hidup pekerja, komunitas lokal, dan masyarakat luas (Holme dan Watts, 2006). Landasan yang mendasari tanggung jawab sosial adalah bagaimana perusahaan memberi perhatian kepada lingkungan, terhadap dampak yang akan terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan.

Tanggung jawab sosial merupakan bentuk kepedulian dari perusahaan. Dasar pemikiran akuntansi untuk pertanggungjawaban sosial yang sedang menjadi perhatian peneliti adalah perkembangan hubungan organisasi dengan masyarakat. Pada sisi lain, ikatan profesi belum menetapkan standar-standar yang berkaitan dengan akuntansi pertanggungjawaban sosial. Namun demikian, akuntansi untuk pertanggungjawaban sosial telah mengarah pada proses komunikasi pengaruh sosial dan lingkungan kegiatan ekonomi organisasi kepada kelompok kepentingan tertentu dalam masyarakat dan kepada masyarakat luas (Gray et. al. dalam Kumalahadi, 2000:59).

Heal (2004) mengemukakan bagian CSR yang penting dalam strategi perusahaan dimana terjadi ketidakkonsistenan antara keuntungan perusahaan dan tujuan sosial, atau perselisihan yang dapat terjadi karena isu-isu tentang kewajaran yang berlebihan. CSR merupakan suatu bentuk kepedulian sosial sebuah perusahaan untuk melayani kepentingan organisasi maupun kepentingan publik eksternal. Kondisi dunia yang tidak menentu seperti terjadinya *global warming*, kemiskinan yang semakin meningkat serta memburuknya kesehatan masyarakat memicu perusahaan untuk melakukan tanggung jawabnya. CSR juga dapat diartikan sebagai komitmen perusahaan untuk mempertanggungjawabkan dampak operasi dalam dimensi sosial, ekonomi serta lingkungan. Dari latar belakang tersebut banyak perusahaan yang melakukan pengungkapan mengenai CSR dalam laporan

tahunan, walaupun tidak ada yang mewajibkan.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu faktor penting keberlangsungan hidup sebuah perusahaan (Lanis dan Richardson, 2012 dalam Muzakki 2015). Hal ini karena sebuah perusahaan membutuhkan dukungan para stakeholdernya untuk menjalankan operasional perusahaan. Sementara CSR adalah tindakan sosial sebagai bentuk tanggung jawab sebuah perusahaan terhadap semua stakeholdernya.

2.5.1 CSR Disclosure

CSR *disclosure* atau pengungkapan CSR adalah sebuah bentuk pengkomunikasian CSR yang sudah dilakukan oleh sebuah perusahaan mengenai dampak sosial yang terjadi akibat kegiatan ekonomi perusahaan. Pengungkapan sosial dan lingkungan merupakan proses yang digunakan oleh perusahaan untuk mengungkapkan informasi berkaitan dengan kegiatan perusahaan juga pengaruhnya terhadap kondisi sosial dan lingkungan (Ghozali dan Chariri, 2007). Oleh karena itu pengungkapan sosial atau pengungkapan CSR memiliki peran yang penting bagi perusahaan. Karena perusahaan hidup di lingkungan masyarakat.

Pengungkapan CSR pada dasarnya adalah sebuah bentuk laporan tindakan-tindakan sosial perusahaan dan tanggung jawab perusahaan kepada semua stakeholdernya. Menurut O'Donovan (2002) pengungkapan CSR memiliki beberapa manfaat bagi perusahaan seperti untuk menselaraskan nilai-nilai perusahaan dengan nilai-nilai sosial, untuk membentuk *image* dan reputasi perusahaan yang baik, untuk menghindari tekanan dari kelompok tertentu, dan juga untuk menunjukkan tanggungjawab sosial perusahaan. Sejauh ini, belum ada standar khusus yang mengatur pengungkapan CSR (*CSR disclosure*) di Indonesia. Sehingga perusahaan diperbolehkan menyusun sendiri format pelaporan tanggungjawab sosialnya. Pada umumnya perusahaan menggunakan standar *sustainability report* yang dibuat oleh GRI (*Global Reporting Initiative*) sebagai acuan penyusunan pelaporan CSR.

Dalam standar *sustainability report* yang dikembangkan oleh GRI terdapat 6 dimensi pelaporan dari pertanggungjawaban sosial perusahaan, yaitu:

Ekonomi, Lingkungan, Praktek tenaga kerja, Hak asasi manusia, Masyarakat dan Tanggung jawab Produk.

Terdapat 91 indikator yang tersebar didalam 6 dimensi tersebut. Kerangka pelaporan yang dibuat GRI ini memiliki dimensi yang umum dan sektor yang spesifik, yang dapat diaplikasikan secara umum dalam pelaporan kinerja keberlanjutan sebuah perusahaan.

Setiap perusahaan memiliki tanggung jawab sosial dan hal itu perlu diungkapkan dalam *annual report*. Sebagaimana yang terkandung dalam No. 40 Tahun 2007 Perseroan Terbatas (PT). Dalam Undang-undang tersebut menyebutkan 2 (dua) pasal yang mewajibkan perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan yaitu Pasal 66 ayat 2 tentang Laporan Tahunan dan Pasal 74 Ayat 1 sampai 4 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan. Perusahaan sadar akan pentingnya kepedulian terhadap lingkungan. Melakukan program-program sukarela sehingga pengungkapan lingkungan ataupun sosial menjadi kebutuhan perusahaan untuk tujuan peningkatan reputasi perusahaan.

2.6 Capital Intensity

Capital intensity ratio dapat di definisikan sebagai seberapa besar perusahaan menginvestasikan asetnya pada aset tetap dan persediaan. Dalam penelitian ini *capital intensity* diprosikan menggunakan rasio intensitas aset tetap. Intensitas aset tetap adalah seberapa besar proporsi aset tetap perusahaan dalam total aset yang dimiliki perusahaan. Rodriguez dan Arias (dalam Ardyansah dan Zulaikha, 2014) mengatakan bahwa aset tetap perusahaan memungkinkan perusahaan untuk mengurangi pajaknya akibat dari penyusutan yang muncul dari aset tetap setiap tahunnya. Hal ini karena beban penyusutan aset tetap ini secara langsung akan mengurangi laba perusahaan yang menjadi

dasar perhitungan pajak perusahaan.

Aset tetap dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak agar ETR perusahaan rendah. Perusahaan dapat memanfaatkan beban penyusutan dari aset tetap yang secara langsung mengurangi laba perusahaan yang menjadi dasar perhitungan pajak perusahaan. Gupta dan Newberry (1997) mengungkapkan bukti bahwa semakin besar proporsi aset tetap perusahaan, semakin rendah ETR perusahaan. Lebih lanjut Lanis dan Richardson (2012) mengatakan bahwa *capital intensity* memiliki hubungan positif dengan penghindaran pajak.

2.7 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Lanis dan Richardson (2012)	CSR and Tax Agresivitas (ETR): An Empirical Analysis.	Variabel Independen: CSR Variabel Dependen: Agresivitas Pajak (ETR)	CSR berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.
2.	Watson (2012)	<i>Corporate Sosial Responsibility and Tax avoidance.</i>	Variabel Independen: CSR Variabel Dependen: <i>Tax Avoidance</i>	CSR berpengaruh positif terhadap <i>tax avoidance</i> .
3.	Lanis dan Richardson (2013)	Corporate Social Responsibility And Tax Aggresiveness: a Test of Legitimacy Theory.	Variabel Independen: <i>Tax Aggressiveness</i> (ETR). Variabel Dependen: CSR	<i>Tax aggressiveness</i> berpengaruh positif terhadap CSR
4.	Darmadi dan Zulaikha (2013)	Pengaruh <i>Intensitas persediaan, intensitas</i>	Variabel Independen: Intensitas Persediaan, Intensita	Intensitas persediaan dan intensitas aset tetap berpengaruh negatif

		<i>asset tetap , ukuran perusahaan , tingkat hutang , terhadap Manajemen Pajak.</i>	s aset tetap, ukuran perusahaan,tingkat hutang,profitabilis, Variabel Dependen: Manajemen pajak.	signifikan terhadap manajemen pajak. Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen pajak. Tingkat hutang dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen pajak.
5.	Yoehana (2013)	Analisis Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap <i>Agresivitas Pajak</i>	Variabel Independen: CSR Variabel Dependen: Agresivitas Pajak.	CSR Berpengaruh negative terhadap agresivitas pajak.
6.	Ardyansyah dan Zulaikha (2014)	Pengaruh <i>Size, Leverage , Profitability, Capital rasio</i> , dan Komisaris independen Terhadap <i>Effective Tax Rate (ETR)</i> .	Variabel Independen: <i>Size ,Leverage, Profitability, Capital intensity ratio</i> dan komisaris independen. Variabel Dependen: <i>Effective Tax Rates (ETR)</i>	<i>Size</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap ETR. <i>Leverage</i> berpengaruh positif signifikan terhadap ETR. <i>Profitability dan capital intensity ratio</i> berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap ETR.
7.	Octaviana (2014)	Pengaruh <i>Agresivitas Pajak</i> Terhadap <i>CSR</i> .	Variabel Independen: Agresivitas Pajak Variabel Dependen: CSR	Agresivitas pajak berpengaruh negatif terhadap CSR.
8.	Purwanggono (2015)	Pengaruh CSR dan Kepemilikan mayoritas terhadap Agresivitas Pajak.	Variabel Independen: CSR dan kepemilikan mayoritas. Variabel Dependen: Agresivitas Pajak	CSR dan kepemilikan mayoritas berpengaruh negative signifikan terhadap agresivitas pajak.
9.	Dudi Wahyudi (2015)	Analisis Empiris Pengaruh Aktifitas	Variabel Independen: CSR Variabel dependen:	tingkat aktivitas CSR tidak berpengaruh signifikan

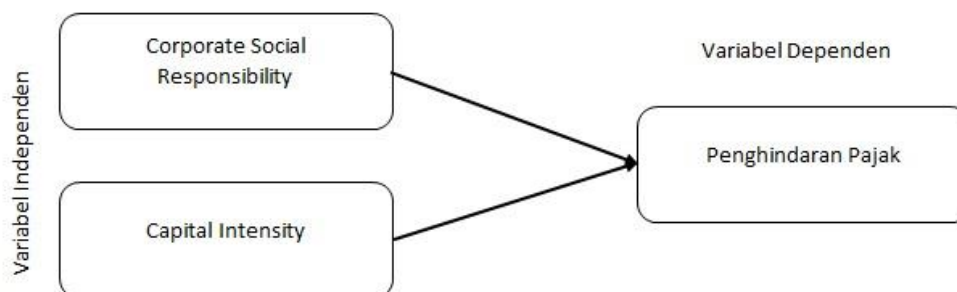
		<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> terhadap Penghindaran Pajak di Indonesia	Penghindaran pajak	terhadap penghindaran pajak
10.	Muzakki (2015)	Pengaruh <i>CSR dan Capital Intensity</i> Terhadap Penghindaran Pajak.	Variabel Independen: <i>CSR dan Capital Intensity</i> Variabel Dependen: Penghindaran pajak, Variabel control <i>Size</i> dan profitabilitas.	variabel <i>CSR dan capital intensity</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap penghindaran pajak.

Sumber: Data diolah, 2016

2.8 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian sebelumnya serta permasalahan yang dikemukakan, maka sebagai acuan untuk merumuskan hipotesis, berikut disajikan kerangka pemikiran teoritis yang dituangkan dalam model penelitian seperti yang ditunjukkan pada gambar berikut:

Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran



Dari bagan diatas, dapat kita lihat bahwa penghindaran pajak perusahaan

dipengaruhi oleh sikapnya terhadap Corporate Social Responsibility dan *capital intensity*.

2.9 Bangunan Hipotesis

2.9.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Penghindaran Pajak

Perusahaan memiliki kewajiban untuk membayar pajak kepada pemerintah sebagai salah satu subjek pajak. Membayar pajak merupakan sebuah bentuk tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat. Dengan membayar pajak, berarti perusahaan mendukung dan memberikan kontribusi dalam rangka pembangunan infrastruktur dan aset publik yang dilakukan pemerintah dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang bertujuan mensejahterakan rakyat. Hal ini berarti perusahaan berkontribusi dalam upaya mensejahterakan rakyat.

Ghozali dan Chariri (2007) menjelaskan bahwa organisasi berusaha menciptakan keadaan dimana sebuah sistem nilai perusahaan berjalan sesuai dengan sistem sosial yang lebih besar dimana perusahaan merupakan bagian dari sistem tersebut. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat. Perusahaan selalu berusaha meyakinkan masyarakat bahwa kegiatannya sesuai dengan norma-norma sosial yang ada untuk mendapatkan legitimasi agar kegiatannya dapat diterima oleh masyarakat sekitar. Salah satu usaha untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat adalah dengan membayar pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku tanpa melakukan aktivitas penghindaran pajak yang bisa merugikan banyak pihak.

Dengan membayar pajak dengan penuh kesadaran dan sesuai dengan nominal yang ditetapkan, perusahaan juga telah membina hubungan yang baik dengan pemerintah. Hal ini sejalan dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan beraktivitas tidak hanya untuk kepentingannya sendiri, melainkan juga untuk kepentingan semua pihak atau *stakeholder* yang terkena dampak atas kegiatan perusahaan (Ghozali dan Chariri, 2007). Berdasarkan teori stakeholder,

perusahaan tidak beraktivitas hanya untuk kepentingan pemegang sahamnya saja, perusahaan juga memiliki tanggung jawab kepada semua stakeholdernya seperti *supplier*, pemerintah, pekerja, masyarakat, konsumen, dan pihak-pihak lain yang terkena dampak kegiatan perusahaan. Salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan kepada stakeholdernya adalah dengan membina hubungan baik dengan pemerintah. Hal ini bisa dilakukan melalui ketaatan perusahaan dalam membayar pajak dan tidak melakukan aktivitas penghindaran pajak.

Freedman (2003) mengatakan bahwa perusahaan yang melakukan penghindaran pajak berarti perusahaan tersebut tidak membayar kewajibannya berupa beban pajak pendapatan perusahaan kepada pemerintah untuk membantu pendanaan barang publik didalam masyarakat. Menurut Williams (2007), Erle (2008), dan Hartnett (2008) (dalam Lanis dan Richardson, 2012) perusahaan yang melakukan penghindaran pajak akan memperburuk reputasinya dimata para stakeholder. Tidak hanya itu, dampak terburuk dari penghindaran pajak adalah akan menghasilkan berhentinya kegiatan operasi perusahaan.

CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan kepada semua stakeholdernya. Dan pajak merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan kepada stakeholdernya melalui pemerintah. Dengan demikian, perusahaan yang terlibat penghindaran pajak adalah perusahaan yang tidak bertanggung jawab sosial (Lanis dan Richardson, 2012). Sehingga keputusan perusahaan untuk mengurangi tingkat pajaknya atau melakukan penghindaran pajak dipengaruhi oleh sikapnya terhadap CSR.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan Muzakki (2015), Yoehana (2013), dan Purwanggono (2015) menemukan bahwa CSR Berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak. Berdasarkan penjelasan diatas dan hasil dari penelitian terdahulu, maka seharusnya semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR perusahaan, maka diharapkan akan semakin rendah tingkat perusahaan melakukan penghindaran pajak.

Hal ini karena tindakan penghindaran pajak merupakan tindakan yang tidak

bertanggung jawab sosial. Oleh karena itu, dalam penelitian ini terbentuklah hipotesis sebagai berikut:

H1: *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap penghindaran pajak.

2.9.2 Pengaruh *Capital Intensity* terhadap Penghindaran Pajak

Capital Intensity adalah seberapa besar perusahaan menginvestasikan asetnya dalam bentuk aset tetap dan persediaan. Dalam penelitian ini *capital intensity* akan diprosikan dengan intensitas aset tetap. Intensitas aset tetap adalah jumlah aset tetap yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan total aset perusahaan.

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

Seperti yang disebutkan oleh Anthony dan Govindarajan (2009) bahwa menurut teori agensi setiap individu akan bertindak untuk kepentingan diri mereka sendiri. Dalam teori agensi dijelaskan adanya perbedaan kepentingan antara pemilik saham (*principal*) dan manajemen (agen). Kepentingan manajemen adalah untuk mendapatkan kompensasi yang diinginkan dengan cara meningkatkan kinerja perusahaan. Dalam hal ini manajemen dapat memanfaatkan penyusutan aset tetap untuk menekan beban pajak perusahaan. Manajer akan menginvestasikan dana menganggur perusahaan ke dalam bentuk aset tetap, dengan tujuan memanfaatkan penyusutannya sebagai pengurang beban pajak. Sehingga kinerja perusahaan akan meningkat karena adanya pengurangan beban pajak, dan kompensasi kinerja manajer yang diinginkan akan tercapai.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan Muzakki (2015), juga Noor *et al.* (2010) menemukan bahwa intensitas aset tetap berpengaruh negatif terhadap *effective tax rates* (ETR). Hal ini berarti *Capital intensity* memiliki pengaruh positif terhadap penghindaran pajak. Yang artinya semakin tinggi *capital intensity* perusahaan maka semakin tinggi penghindaran pajak perusahaan. Berdasarkan

uraian diatas, maka terbentuklah hipotesis kedua, yaitu:

H2: *Capital Intensity* berpengaruh terhadap penghindaran pajak.