

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Legitimasi

Teori legitimasi merupakan salah satu teori yang paling banyak disebutkan dalam bidang akuntansi sosial dan lingkungan (Tilling, 2004). Demikian juga Naser, Al-Hussaini, Al-Kwari, dan Nuseibeh (2006) menyatakan bahwa teori legitimasi telah digunakan dalam kajian akuntansi untuk mengembangkan teori pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Teori legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat, pemerintah, individu dan kelompok masyarakat (Gray *at el*, 1996). Hal ini mengindikasikan adanya kontrak sosial antara perusahaan terhadap masyarakat dan adanya pengungkapan sosial lingkungan. Perusahaan menjalankan kontrak sosial harus menyesuaikan dengan nilai dan norma yang berlaku agar berjalan dengan selaras. Teori legitimasi yang didasarkan pada adanya kontak sosial antara sebuah institusi dengan masyarakat, dimana diperlukan sebuah tujuan institusi yang kongruen dengan nilai yang ada didalam sebuah masyarakat. Menurut teori ini, tindakan sebuah institusi haruslah mempunyai aktivitas dan kinerja yang dapat diterima oleh masyarakat.

Teori legitimasi menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat dimana perusahaan berada. Legitimasi ini menyebabkan perusahaan terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan dan dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Teori legitimasi menyatakan organisasi bukan hanya memperhatikan hak-hak investor tetapi juga memperhatikan hak publik (Deegan dan Brown, 1996). Perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungannya tempat perusahaan beroperasi. Hal ini sejalan dengan *legitimacy theory* yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatan

berdasarkan nilai-nilai *justice*, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan (Tilt, CA. 1994 dalam Titisari, Suwardi, dan Setiawan, 2010). *Legitimacy theory* menyatakan bahwa organisasi harus terus menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat (Rustiarini, 2011).

Dowling dan Pfeffer (1997, p. 122) dalam Chariri (2008) menyatakan bahwa organisasi berusaha menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan norma-norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat dimana organisasi adalah bagian dari sistem tersebut. Selama kedua sistem tersebut selaras, kita dapat melihat hal tersebut sebagai legitimasi perusahaan. Ketika ketidakselarasan aktual atau potensial terjadi diantara kedua sistem tersebut, maka akan ada ancaman terhadap legitimasi perusahaan. Suaryana(2011) menyatakan bahwa norma perusahaan selalu berubah mengikuti perubahan dari waktu ke waktu sehingga perusahaan harus mengikuti perkembangannya. Usaha perusahaan mengikuti perubahan untuk mendapatkan legitimasi merupakan suatu proses yang dilakukan secara berkesinambungan.

Hidayati dan Murni (2009) menyatakan bahwa untuk bisa mempertahankan kelangsungan hidupnya, perusahaan mengupayakan sejenis legitimasi atau pengakuan baik dari investor, kreditor, konsumen, pemerintah maupun masyarakat sekitar. Untuk memperoleh legitimasi dari investor, perusahaan senantiasa meningkatkan return saham bagi investor. Untuk memperoleh legitimasi dari kreditor, perusahaan meningkatkan kemampuannya mengembalikan hutang. Untuk memperoleh legitimasi dari konsumen, perusahaan senantiasa meningkatkan mutu produk dan layanan. Untuk mendapatkan legitimasi dari pemerintah, perusahaan mematuhi segala peraturan perundang-undangan yang ditetapkan oleh pemerintah. Untuk memperoleh legitimasi dari masyarakat, perusahaan melakukan aktivitas pertanggung jawaban sosial. Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan akan memiliki tanggung jawab yang

lebih besar dari pada perusahaan kecil (Cheers, 2011). Legitimasi diterima dengan menunjukkan kinerja perusahaan yang sesuai dengan nilai sosial. Teori legitimasi menyatakan kinerja lingkungan yang lemah meningkatkan ancaman legitimasi sosial perusahaan sehingga mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan dalam laporan tahunan. Selama perusahaan pada akhirnya akan memberikan output dari operasinya kepada masyarakat, baik melalui distribusi manfaat ekonomi maupun manfaat sosial.

Dalam teori legitimasi dapat disimpulkan bahwa perusahaan memiliki kontrak atau kewajiban untuk menyesuaikan diri dengan masyarakat atau lingkungan sekitar. Bentuk penyesuaian yang dilakukan adalah dengan melakukan kegiatan operasional perusahaan yang sesuai dengan norma dan nilai yang berlaku dimasyarakat serta usaha dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat atau pembangunan kesejahteraan dan kehidupan lingkungan tempat perusahaan beroperasi. Bentuk kegiatan penyesuaian yang banyak dilakukan perusahaan adalah melalui program CSR. Program CSR dilakukan dalam usaha perusahaan mengayomi lingkungan sekitarnya sebagai wujud kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar. Selain sebagai suatu kewajiban, CSR juga dapat memberikan manfaat yang positif bagi perusahaan yaitu sebagai sarana mengambil simpati masyarakat dan media promosi bagi perusahaan, disamping pembangunan kesejahteraan dan sosial masyarakat sebagai tujuan utama. Dengan kata lain, perusahaan yang semakin banyak mengungkapkan kegiatan CSR-nya maka semakin kecil kemungkinan melakukan tindakan agresivitas pajak yang tentunya akan merugikan masyarakat dan dapat merugikan perusahaan itu sendiri.

2.2 Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* merupakan teori yang menjelaskan tentang hubungan antara perusahaan dalam menjalankan kegiatannya dengan para *stakeholder* nya (pemegang saham, kreditur, pemerintah, masyarakat, konsumen, *supplier*, analis dan pihak lain). Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang beroperasi untuk kepentingan sendiri namun memberikan manfaat

bagi *stakeholder* (Chariri, 2008). *Stakeholder* mengacu pada individu atau kelompok yang memiliki andil di sebuah organisasi sama seperti *shareholder* yang memiliki saham di organisasi tersebut (Fassin, 2007). Dengan kata lain perusahaan dalam beroperasi membutuhkan bantuan dari pihak luar salah satunya adalah dukungan dari masyarakat dan lingkungan.

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab sosial yang mengharuskan mereka untuk mempertimbangkan kepentingan semua pihak yang terkena dampak tindakan mereka. Manajemen seharusnya tidak hanya mempertimbangkan pemegang saham dalam proses pengambilan keputusan, tetapi juga siapa saja yang dipengaruhi oleh keputusan bisnis (Branco dan Rodrigues, 2007). Menurut teori *stakeholder*, meningkatkan CSR membuat perusahaan lebih menarik bagi konsumen. Oleh karena itu, CSR harus dilakukan oleh semua perusahaan (Cheers, 2011).

Berdasarkan asumsi teori *stakeholder*, perusahaan bertanggung jawab tidak hanya kepada *shareholder* atau pemilik perusahaan melainkan kepada pihak *stakeholder* atau pihak luar perusahaan yang menunjang kelangsungan operasional perusahaan. Pihak luar yang berperan dalam kelangsungan operasional perusahaan antara lain pemerintah dan lingkungan sosial. Pemerintah memberikan perlindungan kepada perusahaan untuk melakukan kegiatan operasional usahanya dan perusahaan wajib melakukan imbal balik kepada pemerintah dengan cara pembayaran pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku umum. Hubungan perusahaan dengan lingkungan sekitar juga harus terjalin dengan baik agar perusahaan dapat menjalankan kegiatan operasionalnya tanpa terhalang oleh nilai, norma ataupun masalah dengan lingkungan sosial disekitarnya. Usaha perusahaan untuk menjalin hubungan dengan masyarakat dapat dilakukan dengan kegiatan CSR, baik berupa bantuan fisik maupun materi yang kiranya dapat digunakan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan lingkungan dan pembangunan lingkungan di sekitar tempat perusahaan beroperasi. Apabila perusahaan semakin banyak melakukan kegiatan CSR dan mengungkapkannya secara publik maka

perusahaan tersebut dapat disebut sebagai perusahaan yang peduli pada lingkungannya, maka seharusnya perusahaan juga bertanggungjawab pada *stakeholder* lainnya serta pemerintah dengan membayar pajak sesuai ketentuan perpajakan tanpa melakukan tindakan agresivitas pajak sehingga dana yang terkumpul dari pajak dapat disalurkan pada peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan nasional dengan maksimal.

2.3 Manajemen Laba

Manajemen laba didefinisikan sebagai perbuatan manajer yang mengurangi kualitas dari laporan keuangan (Kinney Jnr et al, 2011). Schipper, 1989 dalam Sulistyanto, 2014) mendefinisikan *earnings management* (EM) sebagai campur tangan dalam proses penyusunan pelaporan keuangan eksternal, dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan pribadi.

Assih dan Gudono (2000) manajemen laba adalah suatu proses yang dilakukan dengan sengaja dalam batasan *General Adopted Accounting Principles* (GAAP) untuk mengarah pada tingkatan laba yang dilaporkan. (Fischer dan Rozenzweig, 1995 dalam Sulistyanto, 2014) manajemen laba adalah tindakan manajer yang menaikkan (menurunkan) laba yang dilaporkan dari unit yang menjadi tanggung jawabnya yang tidak mempunyai hubungan dengan kenaikan atau penurunan profitabilitas perusahaan dalam jangka panjang. (Healy dan Wallen, 1999 dalam Sulistyanto, 2014) manajemen laba terjadi ketika manajer menggunakan judgement dalam laporan keuangan dan penyusunan transaksi untuk mengubah laporan keuangan, sehingga menyesatkan *stakeholders* tentang kinerja ekonomi perusahaan atau untuk mempengaruhi hasil yang berhubungan dengan kontrak yang tergantung pada angka akuntansi.

Manajemen laba adalah campur tangan dalam proses pelaporan keuangan eksternal dengan tujuan untuk menguntungkan diri sendiri. Manajemen laba adalah salah satu faktor yang dapat mengurangi kredibilitas laporan keuangan, manajemen laba menambah bias dalam laporan keuangan dan dapat mengganggu

pemakai laporan keuangan yang mempercayai angka laba hasil rekayasa tersebut sebagai angka laba tanpa rekayasa (Setiawati dan Na'im, 2000 dalam Rahmawati et.al, 2006).

Manajemen laba merupakan area yang kontroversial dan penting dalam akuntansi keuangan. Manajemen laba tidak selalu diartikan sebagai suatu upaya negatif yang merugikan karena tidak selamanya manajemen laba berorientasi pada manipulasi laba. Manajemen laba tidak selalu dikaitkan dengan upaya untuk memanipulasi data atau informasi akuntansi, tetapi lebih condong dikaitkan dengan pemilihan metode akuntansi yang secara sengaja dipilih oleh manajemen untuk tujuan tertentu dalam batasan GAAP. Pihak-pihak yang kontra terhadap manajemen laba, menganggap bahwa manajemen laba merupakan pengurangan dalam keandalan informasi yang cukup akurat mengenai laba untuk mengevaluasi return dan resiko portofolionya (Ashari et.al, 1994 dalam Assih, 2004).

Manajemen laba ini terjadi akibat adanya asimetri informasi antara owner yaitu para pemegang saham dengan agent yaitu para manajer. Healy dan Wahlen (1999, dalam Roychowdury, 2006) menjelaskan bahwa earnings management terjadi ketika manajer menggunakan keputusan dalam pelaporan keuangan dalam penataan transaksi untuk merubah laporan keuangan untuk menyesatkan beberapa stakeholder tentang kinerja ekonomi pokok perusahaan atau untuk mempengaruhi hasil kontraktual yang bergantung pada praktek akuntansi yang dilaporkan. Dengan kata lain, tujuan perusahaan dan stakeholder tidak semestinya harmonis satu sama lain, maka dari itu perusahaan mempunyai dorongan untuk mempengaruhi proses komunikasi untuk mendorong aksi tertentu dari tiap-tiap stakeholdernya, seperti meyakinkan kreditor untuk memasok tambahan modal dalam kondisi baik perusahaan (Hong dan Anderson, 2011 dalam Fan, 2013).

2.4 Leverage

Leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya berapa besar beban utang yang

ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivasnya. dalam arti luas dikatakan bahwa *leverage* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan atau dilikuiditas (Kasmir, 2016). Tingkat *leverage* perusahaan dapat menggambarkan risiko keuangan perusahaan.

Hal ini disebabkan karena *leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan bergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* rendah, berarti perusahaan tersebut lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. Pada umumnya, perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan berusaha menyampaikan lebih banyak informasi sebagai instrumen untuk mengurangi *monitoring costs* bagi investor. Mereka memberikan informasi yang lebih detail dalam laporan tahunan untuk memenuhi kebutuhan tersebut dibandingkan dengan perusahaan yang *leverage* nya lebih rendah (Kasmir, 2016). Socio dan Nigro (2012) dalam Ardyansyah (2014) menyebutkan karakteristik tingkat perusahaan dan hubungan dengan *leverage* bervariasi sesuai dengan pandangan yang berbeda dari teori keuangan, yaitu:

1. *The tred-off theory*

Teori ini menyatakan bahwa perusahaan akan memilih *leverage* yang optimal setelah membandingkan keuntungan dan kerugian yang akan diperoleh dengan dana pinjaman.

2. *The pecking order theory*

Teori ini menyebutkan bahwa tidak ada nilai optimal bagi *leverage*. *Leverage* dihitung dari total hutang jangka panjang dibagi dengan total aset yang tujuannya adalah menggambarkan struktur modal perusahaan dan menangkap keputusan pembiayaan perusahaan. Dalam hal ini dapat dirujuk bahwa bebanbunga dapat dikurangkan untuk tujuan pemungutan pajak, sementara

dividentidak. Oleh karena itu ETR berhubungan terbalik dengan *leverage* (Costa et.al, 2012).

2.5 Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan atau keuntungan yang maksimal. Dengan memperoleh laba yang maksimal seperti yang ditargetkan, perusahaan dapat berbuat banyak bagi kesejahteraan pemilik, karyawan, serta meningkatkan mutu produk dan melakukan investasi baru. Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau nilai hasil akhir operasional perusahaan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan, Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi (Kasmir, 2016). Laba dijadikan indikator bagi para *stakeholder* untuk menilai sejauh mana kinerja manajemen dalam mengelola suatu perusahaan. Tingkat kemampuan perusahaandalam memperoleh keuntungan dapat dilihat dan diukur dengan cara menganalisis laporan keuangan melalui rasio profitabilitas (Septiana dan Nur, 2012).

Perusahaan yang mempunyai tingkat profitabilitas tinggi dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut karena menunjukkan keberhasilan kinerja manajemen dalam mengolah operasional perusahaan. Sebaliknya, ketika tingkat profitabilitas perusahaan rendah, maka investor cenderung tidak tertarik untuk menanamkan modalnya bahkan dapat menarik modal yang telah ditanamkan (Sudana dan Arlindania, 2011 dalam Yoehana,2013). Salah satu rasio profitabilitas adalah *Return On Asset* (ROA). Dalam analisis laporan keuangan, ROA dianggap dapat menunjukkan keberhasilan perusahaan menghasilkan keuntungan. ROA dapat mengukur keuntungan perusahaan dari aktifitas masa lalu dan diproyeksikan ke masa depan. Aset yang dihitung adalah keseluruhan asset yang diperoleh dari modal pribadi maupun modal asing yang telah di ubah menjadi asset perusahaan dan digunakan aktivitas operasi perusahaan (Pradnyadari, 2015). Mardiyanto (2009) dalam

Darmadi (2013) menjelaskan bahwa dalam akuntansi dikenal beberapa rasio profitabilitas:

1. Rasio Margin Laba (*Profit Margin* – PM)

Meningkatkan *Profit Margin* mengindikasikan bahwa perusahaan mampu menghasilkan laba bersih yang lebih tinggi dari aktifitas penjualannya.

2. Rasio Kemampuan Dasar Menghasilkan Laba (*Basic Earning Power Ratio / Operating Return On Asset (OROA)*) *Earning before Interest and Tax (EBIT)* merupakan laba murni perusahaan yang belum dipengaruhi keputusan keuangan (utang) dan pajak.

3. Rasio Tingkat Pengembalian Total Aktiva (*Return On Asset* – ROA) Rasio *Return On Asset (ROA)* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang berasal dari aktifitas operasi.

4. Rasio Tingkat Pengembalian Total Ekuitas (*Return On Equity* – ROE) Rasio *Return On Equity (ROE)* merupakan alat ukur terakhir untuk mengukur profitabilitas perusahaan. ROE menggambarkan keberhasilan perusahaan menghasilkan laba untuk para pemegang saham. Penelitian ini menggunakan proksi ROA untuk mengukur profitabilitas karena ROA dapat menunjukkan kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan dari penggunaan aset perusahaan. Semakin tinggi ROA mengakibatkan kenaikan ETR sehingga ROA berpengaruh positif terhadap ETR. Akan tetapi seiring perkembangan jaman dan perubahan kebijakan perpajakan, hubungan ROA dan ETR menjadi negatif (Gupta dan Newberry, 1997).

2.6 Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility pertama kali muncul dalam diskursus resmi akademik sejak Howard R Bowen menerbitkan bukunya yang berjudul *Social Responsibility of the Businessman* pada tahun 1953. Ide dasar CSR yang dikemukakan Bowen mengacu pada kewajiban pelaku bisnis untuk menjalankan usahanya sejalan dengan nilai-nilai dan tujuan yang hendak dicapai masyarakat ditempat perusahaannya beroperasi (Susiloadi, 2008). Siregar (2007) menyatakan bahwa konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah dikenal sejak awal 1970,

yang secara umum diartikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat, lingkungan serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan (*Corporate Social Responsibility*).

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah mekanisme suatu organisasi untuk mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial kedalam operasi dan aktivitasnya dengan *stakeholder*, yaitu melebihi tanggung jawab di bidang hukum (Anggraini, 2006) CSR adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (*stakeholder*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan (Nuryana, 2005). CSR dapat diartikan dengan hubungan timbal balik dari aktifitas operasi perusahaan terhadap masyarakat agar mendapatkan respon yang baik dari masyarakat. CSR merupakan kontribusi perusahaan bagi masyarakat dalam usaha peningkatan kualitas kehidupan (Susiloadi, 2008). Lanisdan Richardson (2012) menyatakan bahwa CSR merupakan kunci dalam keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan.

Sejak pertengahan 1990-an gagasan CSR telah dikaitkan dengan hal '*corporate citizenship*' 'keberlanjutan perusahaan', dan '*triple bottom line*'. Istilah *corporate citizenship* menggambarkan keterlibatan perusahaan dengan *stakeholder* dari pada pemegang saham saja. Keberlanjutan perusahaan mengacu pada perilaku perusahaan yang mungkin mempengaruhi perkembangan berkelanjutan, yaitu aktivitas perusahaan yang menciptakan peluang untuk pembangunan berkelanjutan. *Triple bottom line* biasanya mengacu pada keseimbangan dan kenaikan yang sama dalam kepentingan ekonomi, sosial dan lingkungan dari sebuah bisnis (Bichta, 2003). Menurut Harsanti (2011) CSR merupakan gagasan yang membuat perusahaan tidak lagi menganut prinsip *single bottom line* yaitu perusahaan yang berfokus pada keuangan dan kewajiban kepada *shareholder*, namun harus memperhatikan kepentingan pihak lainnya. Oleh karena

itu CSR menganut prinsip *triple bottomline* (Jhon Elkongton, 2008) yang meliputi aspek ekonomi, lingkungan dan sosial. CSR juga dapat digunakan perusahaan agar unggul dari para pesaing jika dapat menerapkan CSR dengan baik. Jika perusahaan telah menerapkan CSR maka perusahaan pesaing terpaksa harus menerapkan CSR juga agar loyalitas konsumen tidak terancam dan berpindah pada perusahaan yang menerapkan CSR terlebih dahulu. Siregar (2007) mengatakan bahwa dalam proses perjalanan CSR banyak masalah yang dihadapinya, di antaranya adalah:

1. Program CSR belum tersosialisasikan dengan baik di masyarakat
2. Masih terjadi perbedaan pandangan antara departemen hukum dan HAM dengan departemen perindustrian mengenai CSR di kalangan perusahaan dan Industri.
3. Belum adanya aturan yang jelas dalam pelaksanaan CSR di kalangan perusahaan.

CSR merupakan komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan komunitas luas (Anatan, 2013). Di Indonesia, ketentuan tentang pengungkapan CSR masih belum memiliki standar khusus, dengan demikian penelitian ini menggunakan standar yang sesuai dengan pedoman Global Reporting Initiatives (GRI) G.4 yang diperoleh dari website www.globalreporting.org, yang terdiri dari kategori ekonomi, lingkungan, praktek ketenaga kerjaan dan kenyamanan bekerja, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab atas produk dengan total kinerja indikator mencapai 91 indikator. (Sumber : www.globalreporting.org). Penjelasannya dapat dilihat dalam tabel dibawah ini.

Tabel 2.1
91 Indikator Berdasarkan GRI-G4

| KATEGORI EKONOMI | | |
|------------------|-----|--|
| -Kinerja Ekonomi | EC1 | Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan |
| | EC2 | Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim |

| | | |
|--------------------------------|------|--|
| | EC3 | Cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti |
| | EC4 | Bantuan financial yang diterima dari pemerintah |
| -Keberadaan Pasar | EC5 | Rasio upah standar pegawai pemula (entry level) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan |
| | EC6 | Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat local di lokasi operasi yang signifikan |
| -Dampak Ekonomi Tidak Langsung | EC7 | Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan |
| | EC8 | Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak |
| -Praktek Pengadaan | EC9 | Perbandingan dari pembelian pemasok lokal di operasional yang signifikan |
| KATEGORI LINGKUNGAN | | |
| -Bahan | EN1 | Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume |
| | EN2 | Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang |
| -Energi | EN3 | Konsumsi energi dalam organisasi |
| | | 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 | Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali |
| -Keanekaragaman Hayati | EN11 | Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola didalam, atau yang berdekatan dengan, kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung |
| | EN12 | Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai |

| | | |
|--------------------|------|--|
| | | keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung |
| | EN13 | Habitat yang dilindungi dan dipulihkan |
| | EN14 | Jumlah total spesies dalam iucn red list dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan |
| -Emisi | EN15 | Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (Cakupan 1) |
| | EN16 | Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung (Cakupan 2) |
| | EN17 | Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung lainnya (Cakupan 3) |
| | EN18 | Intensitas emisi gas rumah kaca (GRK) |
| | EN19 | Pengurangan emisi gas rumah kaca (GRK) |
| | EN20 | Emisi bahan perusak ozon (BPO) |
| | EN21 | NOx, SOx, dan emisi udara signifikan lainnya |
| -Efluen dan Limbah | EN22 | Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan |
| | EN23 | Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan |
| | EN24 | Jumlah dan volume total tumpahan signifikan |
| | EN25 | Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi Basel2 Lampiran I, II, III, dan VIII yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional |
| | EN26 | Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkena dampak dari pembuangan dan air limpasan dari organisasi |
| -Produk dan Jasa | EN27 | Tingkat mitigasi dampak terhadap dampak lingkungan produk dan jasa |
| | EN28 | Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasi menurut kategori |
| -Kepatuhan | EN29 | Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas |

| | | |
|---|------|--|
| | | ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan |
| -Transportasi | EN30 | Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi, dan pengangkutan tenaga kerja |
| -Lain-lain | EN31 | Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis |
| Asesmen Pemasok Atas Lingkungan | EN32 | Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan |
| | EN33 | Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil |
| -Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan | EN34 | Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi |
| KATEGORI SOSIAL | | |
| SUB-KATEGORI: PRAKTEK KETENAGAKERJAAN DAN KENYAMANAN BEKERJA | | |
| -Kepegawaian | LA1 | Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah |
| | LA2 | Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan |
| | 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 VV | LA5 | Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen-pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja |
| | LA6 | Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut |

| | | |
|--|------|--|
| | | daerah dan gender |
| | LA7 | Pekerja yang sering terkena atau berisiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka |
| | LA8 | Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja |
| -Pelatihan dan Pendidikan | LA9 | Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan |
| | LA10 | Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberkelanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti |
| | LA11 | Persentase karyawan yang menerima review kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan |
| -Keberagaman dan Kesetaraan Peluang | LA12 | Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya |
| -Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan Laki-laki | LA13 | Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan |
| -Asesmen Pemasok Terkait Praktik Ketenagakerjaan | LA14 | Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan |
| LA15 | | Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil |
| SUB-KATEGORI: HAK ASASI MANUSIA | | |
| -Investasi | HR1 | Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia |
| | HR2 | Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia |

| | | |
|--|------|--|
| | | terkait dengan Aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi, termasuk persentase karyawan yang dilatih |
| -Non-Diskriminasi | HR3 | Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan korektif yang diambil |
| -Kebebasan Berserikat dan Perjanjian Kerja Bersama | HR4 | Operasi pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau berisiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut |
| -Pekerja Anak | HR5 | Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif |
| -Pekerja Paksa Atau Wajib Kerja | HR6 | Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja |
| -Praktik Pengamanan | HR7 | Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia di organisasi yang relevan dengan operasi |
| -Hak Adat | HR8 | Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil |
| -Asesmen | HR9 | Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan revidu atau asesmen dampak hak asasi manusia |
| -Asesmen Pemasok Atas Hak Asasi Manusia | HR10 | Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia |
| | HR11 | Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil |
| -Mekanisme Pengaduan Masalah Hak Asasi Manusia | HR12 | Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal |
| SUB-KATEGORI: MASYARAKAT | | |
| -Masyarakat Lokal | SO1 | Persentase operasi dengan pelibatan |

| | | |
|--|------|--|
| | | masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan |
| | SO2 | Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal |
| -Anti-Korupsi | SO3 | Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi |
| | SO4 | Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi |
| | SO5 | Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil |
| -Kebijakan Publik | SO6 | Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat |
| -Anti Persaingan | SO7 | Jumlah total tindakan hukum terkait Anti Persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya |
| -Kepatuhan | SO8 | Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan |
| -Asesmen Pemasok Atas Dampak Terhadap Masyarakat | SO9 | Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria untuk dampak terhadap masyarakat |
| | SO10 | Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil |
| -Mekanisme Pengaduan Dampak Terhadap Masyarakat | SO11 | Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi |
| SUB-KATEGORI: TANGGUNGJAWAB ATAS PRODUK | | |
| -Kesehatan Keselamatan Pelanggan | PR1 | Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan |
| | PR2 | Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis hasil |
| -Pelabelan Produk dan Jasa | PR3 | Jenis informasi produk dan jasa yang |

| | | |
|-----------------------|-----|---|
| | | diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase 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 |
| -Kepatuhan | PR9 | Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa |

(Sumber: www.globalreporting.org.)

2.7 Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak merupakan isu yang kini cukup fenomenal di kalangan masyarakat. Agresivitas pajak terjadi hampir di semua perusahaan-perusahaan besar maupun kecil di seluruh dunia. Tindakan agresivitas pajak ini dilakukan dengan tujuan meminimalkan besarnya biaya pajak dari biaya pajak yang telah diperkirakan. Pembayaran pajak perusahaan seharusnya memiliki implikasi bagi masyarakat dan sosial karena membentuk fungsi yang penting dalam membantu mendanai penyediaan barang publik dalam masyarakat, termasuk hal-hal seperti pendidikan, pertahanan nasional, kesehatan masyarakat, transportasi umum, dan penegakan hukum (Friese, dkk, 2008 dalam Lanis dan Richardson, 2012). Akhirnya, seperti yang ditunjukkan oleh William (2007) dalam Lanis dan

Richardson (2012), isu yang paling signifikan yang timbul dalam upaya menerapkan prinsip-prinsip CSR untuk pajak perusahaan melalui penghindaran pajak perusahaan dan perencanaan pajak.

Sebuah perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas pajak bisa di anggap sebagai perusahaan yang tidak peduli terhadap keadaan sosial di sekitarnya. Avi-Yonan (2008) mengungkapkan tujuan meminimalkan jumlah pajak yang dibayar perusahaan menjadi dimengerti dan akan memperlihatkan beberapa etika, komunitas atau pemangku kepentingan lainnya dalam perusahaan. Setiap perusahaan yang melakukan agresivitas pajak sudah semestinya mendapatkan sanksi karena tindakan yang mereka lakukan sangat merugikan masyarakat luas, yakni sanksi administrasi dan sanksi pidana. Aris Aviantara & associates (2010) dalam Pradnyandari (2015) menjelaskan perbedaan antara sanksi administrasi dan sanksi pidana menurut Undang-Undang Perpajakan antaralain:

1. Sanksi Administrasi : merupakan pembayaran kerugian kepada negara, khususnya yang berupa bunga dan kenaikan. Menurut ketentuan dalam Undang-Undang Perpajakan ada 3 macam sanksi administrasi, yaitu : denda, bunga, dan kenaikan.
2. Sanksi Pidana : merupakan siksaan dan penderitaan, menurut ketentuan dalam Undang-Undang Perpajakan ada 3 macam sanksi pidana : denda pidana, kurungan, dan penjara.
3. Denda Pidana. Berbeda dengan sanksi berupa denda administrasi yang hanya di ancam atau dikenakan kepada wajib pajak yang melanggar ketentuan peraturan perpajakan, sanksi berupa denda pidana selain dikenakan kepada wajib pajak ada juga yang diancam kepada pejabat pajak atau kepada pihak ketiga yang melanggar norma. Denda pidana dikenakan kepada tindak pidana yang bersifat pelanggaran maupun bersifat kejahatan.
 - a. Pidana kurungan. Pidana kurungan hanya diancam kepada tindak pidana yang bersifat pelanggaran. Dapat ditujukan kepada wajib pajak, pihak ketiga.

- b. Pidana penjara. Pidana penjara sama halnya dengan pidana kurungan, merupakan hukuman perampasan kemerdekaan. Pidana penjara diancam terhadap kejahatan. Ancaman pidana penjara tidak ada yang ditunjukkan kepada pihak ketiga, tetapi ditujukan kepada pejabat dan kepada wajib pajak.

Pada dasarnya pengesahan kebijakan, pembuatan peraturan dan penerapan sanksi bertujuan untuk menciptakan kepatuhan wajib pajak untuk melakukan kewajiban perpajakannya. Oleh karena itu, penting juga bagi wajib pajak untuk mengetahui sanksi perpajakan yang diberlakukan sehingga mengetahui konsekuensi apa yang akan diterima jika tidak melaksanakan kewajiban perpajakannya.

Salah satu cara untuk mengukur perusahaan yang melakukan agresivitas pajak yaitu dengan menggunakan proksi *Effective Tax Rates (ETR)*. *Effective Tax Rates (ETR)* pada dasarnya adalah sebuah besaran tarif pajak yang ditanggung oleh perusahaan. Menurut Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa ETR merupakan proksi yang paling banyak digunakan pada penelitian terdahulu. Semakin rendah nilai ETR yang dimiliki perusahaan maka semakin tinggi tingkat agresivitas pajak. Secara keseluruhan, perusahaan-perusahaan yang menghindari pajak perusahaan dengan mengurangi penghasilan kena pajak mereka dengan tetap menjaga laba akuntansi keuangan yang memiliki nilai ETR yang paling rendah. Dengan demikian ETR dapat digunakan untuk mengukur agresivitas pajak. Adapun yang menjadi proksi utama dalam penelitian ini adalah *Effective Tax Rates 1 (ETR1)* yang dihitung dari :

$$ETR 1 = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Pendapatan sebelum pajak}}$$

Sementara ukuran alternatif yang digunakan untuk memperkuat hasil penelitian ini adalah :

$$ETR 2 = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Arus Kas Operasi}}$$

2.8 Penelitian terdahulu

Tabel 2.2
Penelitian terdahulu

| NO | PENELITIAN TERDAHULU | VARIABEL PENELITIAN | KETERANGAN |
|----|-----------------------------|---|--|
| 1 | Dwi suyanto, Krisnata(2012) | Pengaruh leverage terhadap agresivitas pajak, pengaruh likuiditas terhadap agresivitas pajak, pengaruh proporsi komisaris independen terhadap agresifitas pajak perusahaan. | Hasil keseluruhan secara empiris adalah leverage dan manajemen laba berpengaruh positif dan signifikan pada agresivitas pajak sedangkan komisaris independen berpengaruh negatif dan signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan. |
| 2 | Lanis dan Richardson (2013) | Variabel dependen: CSR Variabel independen: agresivitas pajak Menggunakan analisis regresi OLS | Hasil empiris secara konsisten meunjukkan hubungan positif dan signifikan agresivitas pajak perusahaan dan pengungkapan CSR yang membenarkan teori legitimasi dalam konteks agresivitas pajak. |
| 3 | Maretta Yoehana (2013) | Variabel dependen : CSR Variabel independen: agresivitas pajak Menggunakan analisis regresi berganda | Hasil penelitian membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat Pengungkapan CSR maka semakin rendah agresivitas yang dilakukan perusahaan. |
| 4 | SRI MULYANI | leverage, intensitas | Hasil uji secara |

| | | | |
|---|--|---|--|
| | DARMINTO M.G WIENDANG N.P (2014) | modal, koneksi politik, reformasi perpajakan dan penghindaran pajak | simultan dengan uji F dapat disimpulkan bahwa leverage, intensitas modal (capital intensity), koneksi politik dan reformasi perpajakan berpengaruh secara bersama-sama dan signifikan terhadap penghindaran pajak. |
| 5 | Nadya Winda Sari1, Dudi Pratomo, SET., M.Ak2 ,Siska Priyandi Yudowati, S.E., MBA3 (2015) | Pengaruh Manajemen laba dan agresivitas pajak pada perusahaan makanan dan minuman di BEI. | Manajemen laba berpengaruh signifikan dan memiliki arah positif terhadap agresivitas pajak |
| 6 | CITRA JANIENCIA SETIANI (2016) | return on assets berpengaruh pada tax avoidance, debt to assets ratio berpengaruh pada tax avoidance, financial lease berpengaruh pada tax avoidance. | Hasil penelitian ini secara empiris menunjukkan bahwa return on assets berpengaruh negatif signifikan terhadap tax avoidance, sedangkan debt to assets dan financial lease berpengaruh positif signifikan terhadap tax avoidance. |
| 7 | Simanjuntak, Leticia Agnes (2016) | Likuiditas berpengaruh pada agresivitas pajak, laverage berpengaruh pada agresivitas pajak, capital intensity berpengaruh pada | Dari hasil pengujian, diketahui bahwa secara simultan dapat disimpulkan bahwa likuiditas, leverage, capital intensity dan komisaris independen |

| | | | |
|--|--|---|---|
| | | agresivitas pajak, dan komisaris independen berpengaruh pada agresivitas pajak. | berpengaruh terhadap agresivitas pajak perusahaan |
|--|--|---|---|

2.9 Pengembangan Hipotesis

2.9.1 Pengaruh Manajemen Laba pada Agresivitas Pajak Perusahaan

Scott (2000), salah satu alasan adanya manajemen laba adalah motivasi pajak. Pajak menjadi masalah bagi perusahaan karena membayar pajak berkaitan langsung dengan besarnya laba bersih perusahaan. Laba selama ini dijadikan indikator utama keberhasilan manajemen dalam mengelola perusahaan. Oleh karena itu, manajemen akan melaporkan laba disesuaikan dengan tujuan meminimalikan penghasilan kena pajak perusahaan. Perusahaan lebih mungkin untuk menggunakan pilihan akuntansi yang mengurangi profit (*income decreasing*) yang dilaporkan untuk menurunkan pendapatan kena pajak sehingga perusahaan dapat melakukan penghematan atas beban pajak. Penelitian seperti yang dilakukan oleh Badertscher et.all (2009) menunjukkan bukti bahwa manajemen laba dijadikan alat bagi perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak.

Perusahaan dapat memilih strategi manajemen laba secara konservatif maka penghematan dari pajak juga akan sedikit dan menandakan bahwa perusahaan tidak melakukan agresivitas pajak perusahaan. Namun bila strategi agresif yang dipilih dalam manajemen laba maka perusahaan dianggap juga agresif terhadap pajak karena mengincar penghematan pajak yang besar pula.

Frank et.all (2009) menemukan bahwa ada hubungan positif antara *aggressive financial reporting* dan *tax reporting aggressiveness*. Jadi jika perusahaan melakukan laporan keuangan secara agresif, maka juga dilakukan rekayasa terhadap pelaporan pajak.

H1: Manajemen laba berpengaruh terhadap agresivitas pajak perusahaan

2.9.2 Pengaruh *Leverage* terhadap agresivitas pajak perusahaan

Bambang Riyanto (2001) mendefinisikan *Leverage* sebagai penggunaan aset atau dana dimana untuk penggunaan tersebut perusahaan harus menutup biaya tetap atau membayar beban tetap. Rasio ini timbul apabila dalam kegiatan operasionalnya perusahaan menggunakan dana pinjaman atau menggunakan dana yang memiliki beban bunga.

Menurut Sanchez, Dominguez, dan Alvarez (2010) mengatakan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara *leverage* dengan kelengkapan pengungkapan sukarela pada laporan tahunan dikarenakan dengan meningkatnya *leverage*, maka terdapat peningkatan permintaan tambahan informasi yang diminta oleh kreditor guna mencari tahu seberapa besar kemungkinan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya.

H2 : *Leverage* berpengaruh terhadap agresivitas pajak perusahaan

2.9.3 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari kegiatan yang dilakukan perusahaan. Rodriguez dan Arias (2012) menyebutkan bahwa hubungan antara profitabilitas dan ETR bersifat langsung dan signifikan. Pendapatan yang diperoleh perusahaan cenderung berbanding lurus dengan pajak yang dibayarkan, sehingga semakin besar keuntungan yang diperoleh perusahaan maka semakin tinggi juga beban pajak yang harus ditanggung perusahaan. Perusahaan yang memiliki keuntungan yang besar cenderung dianggap berhasil dalam pengelolaan manajemennya dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pemilik perusahaan. Perusahaan yang memiliki kemampuan untuk menghasilkan keuntungan yang besar juga harus siap dengan pajak yang harus dibayarkan sesuai dengan kewajibannya. Sesuai dengan penelitian Rodriguez dan Arias (2012) yang menyebutkan bahwa ada hubungan positif antara profitabilitas dengan ETR. Setiap perusahaan berkeinginan untuk memaksimalkan laba yang diperoleh. Namun perusahaan juga berkewajiban dalam pembayaran pajak. Sesuai dengan teori sebelumnya yang menyebutkan bahwa semakin besar profitabilitas maka semakin besar juga ETR, maka dapat diambil

kesimpulan bahwa semakin besar profitabilitas yang diperoleh perusahaan maka perusahaan akan mengurangi tindak agresivitas pajak karena perusahaan yang memiliki profitabilitas besar akan terlihat dalam laporan keuangan dan tentunya memiliki beban pajak yang lebih besar yang harus dibayarkan. Berdasarkan uraian di atas maka dalam penelitian ini diajukan hipotesis sebagai berikut :

H3 : Profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak perusahaan

2.9.4 Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak

Avi-Yonah (2008) dalam Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa pajak perusahaan harus dapat dikaitkan dengan CSR jika pembayaran pajak yang dilakukan perusahaan memang memiliki implikasi untuk masyarakat luas. Apabila pembayaran pajak penghasilan badan hanyalah dianggap sebagai sebuah transaksi bisnis dan salah satu biaya perusahaan, mungkin tujuan perusahaan tersebut adalah untuk meminimalkan jumlah pajak terutang sebanyak mungkin. Lanis dan Richardson (2012) berpendapat bahwa dengan demikian dalam membayar pajak, perusahaan seharusnya memiliki beberapa pertimbangan etika untuk masyarakat dan *stakeholder* lainnya. Hal di atas didukung dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan dalam kegiatan operasinya harus mempertimbangkan kepentingan semua pihak yang sekiranya akan terkena dampak dari kegiatan operasi perusahaan. Selain tanggung jawab perusahaan kepada *shareholder*, perusahaan juga harus mempertimbangkan kepentingan masyarakat, pemerintah, konsumen, *supplier*, analis dan lain sebagainya. Salah satu wujud perhatian perusahaan kepada *stakeholder* adalah dengan taat membayar pajak kepada pemerintah tanpa melakukan tindakan agresivitas pajak. Dengan membayar pajak tanpa melakukan tindakan agresivitas pajak, perusahaan telah turut serta dalam mensejahterakan kehidupan rakyat. Hal ini juga dapat dianggap sebagai wujud perhatian perusahaan kepada masyarakat. Watson (2011) juga mengatakan bahwa perusahaan yang tidak bertanggungjawab secara sosial akan menghadapi dampak buruk seperti harga saham yang turun karena investor

cenderung menjual saham pada perusahaan yang tidak bertanggung jawab secara sosial atau enggan untuk membeli saham perusahaan tersebut.

Tidak hanya itu, Watson (2011) menambahkan bahwa dampak buruk yang diperoleh perusahaan karena melanggar norma sosial adalah jumlah penjualan yang turun karena masyarakat yang tahu tentang pentingnya CSR memboikot produk perusahaan tersebut dan cenderung enggan untuk membeli produk tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa agresivitas pajak memberikan dampak buruk yang signifikan terhadap masyarakat dan perusahaan itu sendiri. Selain melalui pembayaran pajak yang baik dan benar, tanpa melakukan agresivitas pajak, sebagai wujud perhatian perusahaan terhadap masyarakat dapat dilakukan melalui kegiatan CSR. CSR juga dapat dikatakan sebagai salah satu bentuk hubungan komunikasi perusahaan dengan masyarakat. Hubungan ini bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat agar perusahaan memiliki *image* positif dari masyarakat. Kegiatan ini sesuai dengan teori legitimasi yang menuntut perusahaan juga memperhatikan masyarakat disamping untuk mendapatkan keuntungan. Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa sebuah perusahaan yang melakukan tindakan pajak agresif maka dapat disebut sebagai perusahaan yang tidak bertanggung jawab secara sosial. Keputusan perusahaan untuk mengurangi kewajibannya dapat dipengaruhi atau berkaitan dengan sikap perusahaan terhadap CSR, sebagai pertimbangan legalitas dan etika yang lebih mendasar.

Namun menurut William (2007) dalam Lanis dan Richardson (2012) menyatakan sulit untuk membedakan CSR yang dilakukan untuk motif altruistic dengan CSR yang dilakukan untuk tujuan keuntungan perusahaan. Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan bagaimana CSR dapat mempengaruhi agresivitas pajak tanpa membedakan antara tindakan tersebut dilakukan sebagai wujud tanggung jawab atau sebagai tindakan dengan tujuan tertentu. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, diharapkan perusahaan tersebut semakin tidak agresif terhadap pajak. Hal ini terjadi karena

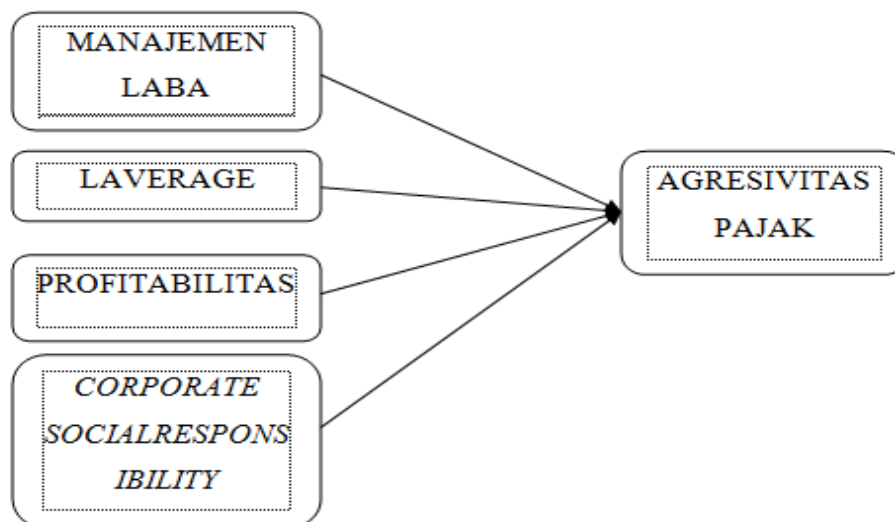
apabila perusahaan yang menjalankan CSR bertindak agresif terhadap pajak, maka akan membuat perusahaan tersebut kehilangan reputasi di mata *stakeholdernya* dan akan menghilangkan dampak positif yang terkait dengan kegiatan CSR yang telah dilakukan. Berdasarkan uraian diatas maka dalam penelitian ini diajukan hipotesis sebagai berikut:

H4 : CSR berpengaruh terhadap agresivitas pajak perusahaan

2.10 Kerangka Pemikiran

kerangka pemikiran menjelaskan logika teoritis tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi agresivitas pajak perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2015.

Model dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran